

BAB II

DESKRIPSI DAN PROGRAM KOMUNIKASI INDOSAT OOREDOO HUTCHISON

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum tentang Indosat Ooredoo Hutchison sebagai klien dalam proyek karya bidang yang meliputi deskripsi perusahaan, produk dan layanan yang ditawarkan, serta program komunikasi yang dijalankan oleh Indosat Ooredoo Hutchison. Informasi ini ditujukan untuk memberikan pemahaman menyeluruh terkait profil klien dan strategi komunikasi klien dalam mendukung perkembangan serta hubungan dengan pelanggan.

2.1 Deskripsi Indosat Ooredoo Hutchison

Indosat Ooredoo Hutchison merupakan perusahaan penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini adalah hasil *merger* dari dua perusahaan operator telekomunikasi besar yakni Indosat Ooredoo dan Hutchison Tri yang dilakukan pada tahun 2022 sehingga menghasilkan nama perusahaan baru, Indosat Ooredoo Hutchison. Hal ini menjadikan Indosat Ooredoo Hutchison sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 100 juta pada tahun 2022.

Indosat Ooredoo Hutchison memiliki visi untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang paling dipilih di Indonesia. Sedangkan misinya adalah menghadirkan pengalaman digital kelas dunia serta dapat menghubungkan dan memberdayakan masyarakat di Indonesia. Nilai-nilai perusahaan yang dimiliki Indosat Ooredoo Hutchison antara lain 1) Sepenuh hati yang berarti suatu perusahaan yang tulus peduli dalam membuat pilihan-pilihan yang berani untuk menciptakan dunia yang lebih baik, 2) Bersinar yang berarti perusahaan akan menempatkan inspirasi sebagai pusat kepemimpinan, dan 3) Bersama lebih baik yang berarti perusahaan yang akan mendobrak batasan dan akan mempersatukan masyarakat.

Karya bidang ini bekerja sama dengan Indosat Ooredoo Hutchison di wilayah Semarang yang berlokasi di Jalan Pandanaran No.131, Semarang Selatan, Kota Semarang. Kantor Indosat Ooredoo Hutchison Semarang bertanggung jawab dalam mendukung operasional pelayanan dan penjualan seluruh produk dan layanan dari Indosat Ooredoo Hutchison untuk area Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.2 Produk dan Layanan Indosat Ooredoo Hutchison

Indosat Ooredoo Hutchison memiliki berbagai produk dan layanan teknologi dan komunikasi dengan karakteristik produk dan segmentasi pasar yang berbeda-beda. Produk dan layanan tersebut diantaranya adalah Indosat Business, Indosat HiFi, Tri Indonesia, dan IM3. Masing-masing dari layanan tersebut memiliki produk turunan yang berbeda-beda dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Indosat Business merupakan layanan yang ditawarkan oleh Indosat Ooredoo Hutchison untuk menyediakan solusi informasi, komunikasi, dan teknologi guna memenuhi kebutuhan bisnis pelanggan dan mampu memberikan nilai tambah pada perusahaan dan bisnis pelanggan. Segmentasi dari layanan Indosat Business adalah pelaku usaha/bisnis dari tingkat kecil sampai besar. Indosat Business juga memiliki produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan diantaranya *Indosat digital analytics, Internet of Things (IoT), security, digital tools and applications, voice, mobile, connectivity*, dan *data center and cloud infrastructures*.

Indosat HiFi merupakan produk dan layanan internet rumahan dari Indosat Ooredoo Hutchison yang dirancang khusus untuk mengoptimalkan aktivitas digital pelanggan dalam menjelajahi internet dengan bebas tanpa perlu khawatir akan gangguan koneksi internet, sesuai dengan tagline-nya yakni #TrulyReliable. Segmentasi dari layanan Indosat HiFi diantaranya dewasa muda, pelaku bisnis, dan keluarga yang membutuhkan layanan internet tetap dalam mendukung aktivitas sehari-hari.

Tri Indonesia atau 3 adalah penyedia layanan seluler dengan segmentasi khusus yaitu remaja dan *gamer*. Sehingga produk dan layanan Tri Indonesia dirancang khusus untuk mendukung aktivitas anak muda dan *gamer* salah satunya dengan menyediakan paket data dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu Tri Indonesia juga memiliki layanan H3RO dengan kuota *unlimited* yang dapat digunakan untuk video-video *games* pilihan.

IM3 merupakan penyedia layanan seluler Indosat Ooredoo Hutchison yang memiliki segmentasi lebih luas dibandingkan dengan Tri Indonesia. Segmentasi IM3 menasar dari anak muda hingga orang dewasa sehingga dari segi harga dan *positioning* pun lebih mahal dibandingkan produk dan layanan Tri Indonesia. IM3 memiliki dua layanan unggulan yaitu layanan prabayar dan layanan pascabayar. Layanan prabayar milik IM3 disebut dengan IM3 Prepaid memiliki beberapa paket. Paket Freedom Apps menawarkan kuota pada aplikasi tertentu dan bebas panggilan ke sesama pengguna IM3 dan Tri. Berbeda dengan paket sebelumnya, paket Freedom Internet memberi penawaran 100% kuota utama tanpa pembagian pada aplikasi khusus manapun. Terakhir paket Freedom U menawarkan pembagian kuota pada beberapa aplikasi dan dapat melakukan panggilan sepuasnya pada sesama pengguna kartu perdana IM3 dan Tri.

Layanan pascabayar IM3 yang disebut dengan IM3 Postpaid melakukan *rebranding* menjadi IM3 Platinum dengan *pricing* yang lebih mahal dibandingkan dengan IM3 Prepaid. Rebranding ini dilakukan pada tanggal 21 November 2024 yang diikuti dengan perubahan nama dan perubahan *key message* yang semula “Utamakan Kemudahanmu Dengan IM3 Postpaid” menjadi “Simple. Next Level” dengan tetap menekankan kemudahan pada kata Simple dan kesan layanan yang lebih premium dan eksklusif pada kata Next Level. Segmentasi pada layanan pascabayar ini terdiri atas mahasiswa, pekerja profesional, pelaku bisnis, dan kepala keluarga dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. IM3 Platinum menawarkan tiga paket utama yakni paket Platinum, Platinum SATU, dan Platinum Family. Perbedaan paket-paket tersebut adalah paket Platinum terdiri atas Platinum 15, Platinum 50, dan Platinum 100 dengan perbedaan jumlah kuota sesuai dengan nama paket. Paket Platinum SATU merupakan paket eksklusif dengan jumlah kuota 1TB untuk satu tahun dengan harga Rp.1.000.000. Sedangkan paket Platinum

Family memiliki fitur tambahan untuk membayar beberapa nomor IM3 Platinum dalam satu tagihan bersama Persamaan paket-paket tersebut sama-sama berada di keunggulan IM3 Platinum antara lain jaringan prioritas, kuota *roll-over*, fitur *bill-safe*, *benefit request* nomor cantik, dan dapat aktivasi nomor IM3 yang sudah tidak aktif. Pelaksanaan karya bidang ini bekerja sama dengan Indosat Ooredoo Hutchison Semarang yang berfokus pada IM3 Platinum sebagai layanan pascabayar yang belum lama ini melakukan *re-branding*. Maka dari itu diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk dapat meningkatkan *awareness*, minat beli, dan keputusan pembelian pada produk dan layanan IM3 Platinum khususnya di wilayah Semarang.

2.3 Program Komunikasi Indosat Ooredoo Hutchison

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Indosat Ooredoo Hutchison dalam mempromosikan produk dan layanan IM3 Platinum adalah menggunakan *Integrated Marketing Communication* (IMC). Dikutip dari Amalliah dan Anggraini (2023), Kotler dan Keller berpendapat bahwa *Integrated Marketing Communication* adalah suatu pendekatan strategis yang mengintegrasikan beragam jenis instrumen komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara brand dan konsumen serta menyampaikan pesan secara konsisten. Implementasi IMC dalam strategi komunikasi Indosat antara lain *advertising* melalui Meta Ads dan *display ads, events & exhibitions, social media marketing* melalui kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL), dan *direct marketing* melalui media WhatsApp Business.

Indosat Ooredoo Hutchison menggunakan beberapa media dalam mempromosikan produk dan layanan IM3 Platinum. Penggunaan media *online* dan *offline* serta kolaborasi dengan *brand* lain menjadi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh layanan pascabayar IM3. Pada peluncuran *re-branding* IM3 Postpaid menjadi IM3 Platinum, IM3 menggandeng Sal Priadi dan Putri Marino sebagai Brand Ambassador dan model pada iklan IM3 Platinum. Selain itu IM3 Platinum mengimplementasikan *Integrated Marketing Communication Mix* (IMC Mix) *social media marketing* khususnya *influencer marketing* dengan berkolaborasi bersama beberapa *influencer* seperti Sahil Mulachela, Merdi Octavia, Anisa

Azizah, Wasa Wirman, dan Acha Sinaga. Tujuannya adalah mempromosikan layanan IM3 Platinum di media sosial masing-masing *influencer* tersebut agar dapat menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen yang potensial melalui konten yang menarik, bernilai, dan relevan bagi para calon konsumen.

IM3 Platinum juga berkolaborasi dengan Apple dengan meluncurkan *bundling* eksklusif iPhone 16 dan kuota 200GB melalui *event* “Platinum Day with iPhone 16: Next Level, Unlocked” di Main Atrium Mall Senayan City, Jakarta pada tanggal 25-27 April 2025. Dalam hal ini IM3 Platinum mengimplementasikan *Integrated Marketing Communication Mix* (IMC Mix) pada bagian *events & exhibitions* dengan tujuan membangun *awareness*, mengarahkan ke penjualan lewat *bundling* dengan iPhone 16, dan menampilkan produk dan layanan secara langsung pada konsumen yang potensial. Acara ini menghadirkan pengalaman *digital* premium untuk konsumen dimana calon konsumen bisa merasakan pengalaman menggunakan *Platinum Network Experience* dan *Platinum Assistance*, mendatangkan Sal Priadi sebagai *Brand Ambassador* IM3 Platinum yang akan menampilkan *special live performance*, serta ada berbagai promo dan *cashback* eksklusif yang berlaku hanya selama *event* berlangsung.

Implementasi IMC Mix *events & exhibitions* juga dilakukan melalui *event* skala kecil dan menengah yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* calon konsumen terkait layanan IM3 Platinum, membangun interaksi personal dan emosional dengan calon konsumen, menampilkan produk serta menghadirkan kesempatan mencoba produk secara langsung, dan mengarahkan ke penjualan. *Event-event* yang telah dilaksanakan sebelumnya diantaranya *IM3 Goes to School*, *MLBB Competition*, *Beauty Class*, *Zumba*, *Workshop Nail Art*, dan *Mini Job Fair*.

Selain *influencer marketing* dan *events & exhibitions*, layanan pascabayar IM3 juga menggunakan beberapa media *advertising* seperti *Meta Ads*, *display Ads*, dan penggunaan media WhatsApp Business. *Meta Ads* digunakan untuk promosi *rebranding* layanan pascabayar IM3 namun penggunaannya belum semasif seperti yang digunakan untuk layanan prabayar. *Display Ads* digunakan sebagai media promosi khususnya di beberapa gerai *smartphone* seperti Erafone dan Samsung dalam bentuk *display TV* dalam memperkenalkan layanan dan keunggulan IM3

Platinum. WhatsApp Business digunakan oleh dalam metode *direct marketing* dengan menawarkan dan menjual produk secara langsung kepada calon konsumen dengan menjelaskan keunggulan produk IM3 Platinum sehingga proses registrasi dan pelayanan bisa dilakukan dengan lebih efektif dan personal pada calon konsumen.