

ABSTRAK

Kegiatan *direct marketing* yang baik dan efektif penting dilakukan untuk meningkatkan pengguna baru serta target penjualan Indihome Brebes selama pandemi Covid-19. Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana kegiatan *direct marketing* dalam meningkatkan pengguna baru di tengah pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari kegiatan *direct marketing* dalam meningkatkan pengguna baru Indihome Brebes. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam, observasi serta dokumentasi yang melibatkan informan sebagai sumber informasi terkait kegiatan *direct marketing* yang dilakukan Telkom Datel Brebes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *direct marketing* yang diterapkan oleh Telkom Datel Brebes dalam meningkatkan pengguna baru di tengah pandemi Covid-19 dilakukan dengan menerapkan persepsi “Internetan terjangkau dengan Indihome”. Kegiatan *direct marketing* Telkom Datel Brebes dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap pelaksanaan yang dilakukan Telkom Datel Brebes mengidentifikasi target audiens seluruh elemen masyarakat menengah ke bawah, merancang pesan sesuai AIDA hingga penetapan anggaran promosi. Pelaksanaan *direct marketing* dilakukan melalui pengelolaan database, penjualan langsung, telemarketing dan iklan tanggap langsung. Adanya pembatasan sosial dan kurangnya *sales force* menjadi hambatan yang diatasi dengan menggunakan media promosi cetak dan media promosi digital.

Kata Kunci: Direct Marketing, Meningkatkan Pengguna Baru