

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Penerapan Omnichannel Media Digital untuk Program *Caring* Pelanggan IndiHome (Studi Kasus pada Unit Customer Care PT Telkom Indonesia Witel Bandung). Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terkemuka yang ada di Indonesia PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menerapkan saluran komunikasi omnichannel pada salah satu unitnya sebagai solusi komunikasi yang saling terintegrasi. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu dan menggambarkan penerapan omnichannel untuk program *caring* pelanggan IndiHome yang dilakukan oleh unit customer care dari sudut pandang *digital public relations*, karena untuk membangun hubungan jangka panjang untuk mempertahankan loyalitas pelanggan ialah *Customer Relations* yang merupakan salah satu kegiatan *Public Relations*. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, dan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan omnichannel yang dilakukan customer care melalui berbagai media digital yaitu telepon, email, whatsapp, OCA dan OLIN fokus dalam membangun *customer engagement* dan meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengacu kepada *goals* yang dituju berdasarkan *customer journey* perusahaan. Kesimpulannya penerapan omnichannel untuk program *caring* pelanggan IndiHome dilakukan karena sebelumnya customer care hanya menggunakan saluran komunikasi multichannel yang belum terintegrasi satu dengan lainnya. Saran untuk penelitian selanjutnya, dilakukan dengan metode penelitian lain mengenai penerapan omnichannel agar dapat menemukan inovasi baru dan mengembangkan teori dan konsep komunikasi yang lebih berkembang.

Kata Kunci: Omnichannel, *Digital Public Relations*, Media Digital, *Caring* Pelanggan, Customer Care, Terintegrasi