

ABSTRAK

Judul : Implementasi Strategi *Digital Public Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Indosat Ooredoo

Nama : Yuktika Mukti

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Perusahaan jasa telekomunikasi memiliki tantangan tersendiri, terbentuknya suatu citra positif perusahaan bertolak dari besarnya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan pengguna jasa telekomunikasi. *Public Relations* adalah sebuah fungsi manajemen yang memiliki khas dalam membantu dan membangun serta memelihara hubungan *mutualistic* dari komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publik. *Public Relations* bertujuan untuk menciptakan, memelihara dan mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yaitu publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Implementasi Strategi *Digital Public Relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredoo. Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif, yang mana bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam - dalamnya melalui pengumpulan data sedalam - dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Landasan teori yang digunakan ialah teori Bauran P.E.N.C.I.L.S. Sumber data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan mini *questioner*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *strategi digital public relations* yang dilakukan oleh *public relations* PT. Indosat Tbk. telah berhasil dalam meningkatkan kepuasan pelanggan salah satu diantaranya melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dan YouTube.

Kata Kunci: *Digital Public Relations*, Kepuasan Pelanggan, Teori Bauran P.E.N.C.I.L.S