

Devi Puspitasari, 130531100045, Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.
MARKETING PUBLIC RELATION PT. XL AXIATA TBK DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN SIM CARD DI WILAYAH MADURA.
Dibawah bimbingan Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Marketing Public Relation XL dalam meningkatkan penjualan sim card di wilayah Madura. Madura merupakan wilayah yang menjadi pusat perhatian bagi perusahaan operator seluler sehingga banyak yang ingin menguasai pasar Madura sebagai upaya strategi perluasan dalam menjalankan bisnis di bidang produk dan jasa.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan sebuah pendekatan deskriptif. Informan yang dipilih dalam penelitian ini didasarkan pada tehnik *purposive sampling* dengan adanya kriteria informan. Sumber data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marketing Public Relation* XL berperan penting dalam meningkatkan penjualan sim card di wilayah Madura dengan menggunakan strategi Marketing Public Relation Xl mampu meningkatkan penjualan sim card di wilayah Madura dibuktikan dengan adanya pertumbuhan pelanggan. Orientasi XL lebih berfokus kepada *Akuisisi* dan *Revenue*, sehingga XL membangun relasi jangka panjang untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Marketing Public Relation*, PT. XL Axiata, Madura

Devi Puspitasari, 130531100045, Communication Studies Program
Faculty of Social and Cultural Sciences University of Trunojoyo
Madura.MARKETING PUBLIC RELATION PT. XL AXIATA TBK IN
IMPROVING SIM CARD SALES IN THE MADURA REGION.Under the
guidance of DewiQuraisyin, S.Pd.I, M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how Marketing Public Relations XL in increasing sim card sales in Madura region. Madura is the area that became the center of attention for cellular operators so many who want to dominate the Madura market as a business expansion effort in running the business in the field of products and services.

The method used is qualitative method with a descriptive approach. The informant chosen in this research is based on purposive sampling technique with the criterion of informant.Sources of research data obtained from primary data and secondary data. The research data was collected by observation, interview, and documentation. Technique of data validity of researcher using source triangulation.

The result of the research shows that Marketing Public Relations XL plays an important role in increasing sim card sales in Madura region by using Marketing Public Relation Xl strategy to increase sim card sales in Madura area as evidenced by the growth of customer. XL's orientation focuses more on Acquisition and Revenue, so XL builds long-term relationships to create and maintain customer loyalty.

Keywords:*Marketing Public Relation*, PT. XL Axiata, Madura