

ABSTRAK

Berjalan dengan baik atau tidaknya kegiatan organisasi sebagian besar ditentukan oleh kemampuan pimpinannya dalam berkomunikasi, salah satunya dengan bagaimana cara pimpinan tersebut mengkomunikasikan informasi terkait dengan pekerjaan agar karyawannya dapat menerima informasi tersebut dengan baik sehingga dapat mencapai hasil yang sesuai dengan target yang telah ditentukan. PT. Telkomsel merupakan salah satu perusahaan Telekomunikasi yang ada di Indonesia, dalam mencapai target-target penjualannya selama ini, PT. Telkomsel memiliki divisi *sales* yang terbagi menjadi beberapa region, salah satunya adalah *region* Jabodetabek yang memiliki tanggung jawab untuk menjual produk atau jasa mereka sesuai dengan target yang telah ditentukan. Namun sebelum melaksanakan pemenuhan target tersebut perlu disampaikan informasi yang harus mereka ketahui terlebih dahulu mengenai target terkait yang akan disampaikan oleh pimpinan. Divisi *sales region* Jabodetabek PT. Telkomsel memiliki kegiatan meeting bulanan dalam *meeting* inilah pimpinan melancarkan strategi komunikasinya agar informasi mengenai target penjualan dapat diterima dengan baik oleh karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pimpinan divisi *sales region* Jabodetabek dalam menyampaikan target penjualan melalui *meeting* bulanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif berdasarkan pandangan konstruktivisme. Dalam mengumpulkan data, penelitian dilakukan dengan teknik wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pimpinan divisi sales region Jabodetabek PT. Telkomsel melakukan strategi komunikasi dengan cukup baik, adapun langkah strategi komunikasinya melalui beberapa tahap, yaitu tahap penelitian, perumusan dan pendugaan masalah, tahap perencanaan strategi, tahap pelaksanaan strategi, dan tahap evaluasi strategi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Organisasi, *Meeting*.