

ABSTRAK

Belakangan ini sangat banyak orang yang menggunakan fasilitas internet dari berbagai kalangan terutama generasi Z, mereka menggunakan fasilitas internet untuk berbagai keperluan pribadi, di dalam internet pun setiap individu mendapatkan informasi yang luas dan cukup efektif. by.U (dibaca: Bayu) adalah operator seluler digital pertama di Indonesia yang diperkenalkan oleh Telkomsel pada tahun 2020. Pembelian kuota, pilihan kuota, nomor ponsel, mendapatkan kartu SIM, dan cara membayar tersedia dalam satu aplikasi saja. Operator ini menyasar kepada kaum generasi Z yang ingin bebas dan praktis dalam memilih.

Penelitian ini bertujuan untuk menarik perhatian *target audience* untuk membeli produk edisi khusus dari by.U melewati strategi pesan promosi. Latar belakang penelitian ini muncul dari perhatian terhadap kurangnya minat yang terjadi pada calon pelanggan terhadap produk by.U karena strategi promosinya yang masih kurang.

Kata kunci: Digital, Operator Seluler, Promosi