



**PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT. TELKOMSEL JAKARTA DALAM
PROGRAM LANGIT MUSIK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Sastra 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

MERCU BUANA

Disusun oleh:

DYAH DHEWI ANJANI

44212010100

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT. TELKOMSEL JAKARTA DALAM PROGRAM LANGIT MUSIK TERHADAP LOYALITAS PELANGAN

Nama : Dyah Dhewi Anjani

NIM : 44212010100

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, Juni 2016

Mengetahui,
Pembimbing

(A. Rahman HI, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
PT. TELKOMSEL JAKARTA DALAM PROGRAM LANGIT
MUSIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Nama : Dyah Dhewi Anjani

NIM : 44212010100

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Juni 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Drs. A. Rahman, HI, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT. TELKOMSEL JAKARTA DALAM PROGRAM LANGIT MUSIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Nama : Dyah Dhewi Anjani

NIM : 44212010100

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS

Jakarta, 20 Juni 2016

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang

Feni Fasta, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

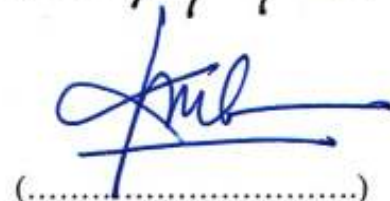
Enjang Pera Irawan, S.Sos, M.Ikom



(.....)

3. Pembimbing

Drs. A. Rahman, HI, M.Si



(.....)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'amin..

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan kepada Rasulullah Muhammad SAW atas kasih sayang dan karunia-Nya segala kemampuan, kekuatan, waktu, tenaga, serta pikiran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan Skripsi ini.

Peneliti sadar bahwa banyak hambatan yang peneliti hadapi dalam melakukan penelitian dan penulisan Skripsi. Segala kendala dan tantangan baik itu dalam diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar. Namun dengan bantuan, dukungan dan doa yang diberikan berbagai pihak, peneliti mampu melewati hambatan tersebut dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Marketing Public Relations PT. Telkomsel dalam Program Langit Musik Terhadap Loyalitas Pelanggan”**. Karya tulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sastra Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public Relations.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. A. Rahman H.I., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktu yang cukup panjang, memberikan pengarahan, memberikan motivasi, membagi ilmu, dan selalu sabar menghadapi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Elly Yuliawati M.Si selaku ketua program studi Public Relations Universitas Mercu Buana
4. Ibu Ispawati Asrie, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik dari semester awal hingga akhir semester.
5. Kedua Orangtuaku, Ayah Tulardi dan Ibu Triyani yang telah memberiku kasih sayang serta dukungan yang luar biasa tanpa syarat yang kalian berikan kepadaku. **U N I V E R S I T A S**
6. Ibu Audi Nanda Nindita selaku bagian divisi Marketing Public Relations PT. **M E R C U B U A N A** Telkomsel pusat yang telah memberikan masukan peneliti untuk bahan skripsi ini.
7. Bapak Bahrum selaku staf HRD PT. Telkomsel yang telah memberikan perizinan penelitian di perusahaan.
8. Adikku Marlita Pramesti yang juga memberikan semangat kepada peneliti.

9. Teman-temanku seperjuangan dari awal semester hingga akhir semester, Dwi Gusni, Shinta Permata, Wita Yuny, Anis Setyaningsih, Annisa Luthviani, Dessi Kuspintasari. Terimakasih atas kesetiaan dalam suka dan duka dan terimakasih telah menjadi inspirasi bagi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penelitian berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya teman-teman mahasiswa/i Universitas Mercu Buana.



Dyah Dhewi Anjani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Fungsi Komunikasi	11
2.1.3 Tujuan Komunikasi	13
2.2 Public Relations	14
2.2.1 Pengertian Public Relations	14
2.2.2 Peran Public Relations	17
2.3 Marketing Public Relations	20
2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations	20
2.3.2 Strategi Marketing Public Relations	24
2.4 Program Langit Musik	28
2.5 Loyalitas Pelanggan	29
2.6 Teori Integrasi Informasi dan Perubahan Sikap	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Paradigma Positivisme	39
3.2 Tipe Penelitian	40
3.3 Metode Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43

3.4.3	Teknik Penarikan Sampel	45
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	45
3.4.1	Definisi Konsep	45
3.4.2	Operasional Konsep	49
3.5	Validitas dan Reabilitas	52
3.5.1	Uji Validitas	52
3.5.2	Uji Reliabilitas	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6.1	Data Primer	57
3.6.2	Data Sekunder	58
3.7	Teknik Analisa Data	58
3.7.1	Analisa Data	58
3.7.2	Uji Regresi	60
3.7.3	Uji Korelasi	61
3.7.4	Hipotesis	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1	Profil PT. Telkomsel	65
4.1.2	Vision, Mission, & Corporate Value	66
4.1.3	Logo dan Filosofi Logo	67
4.1.4	Budaya Perusahaan	68
4.1.5	Kode Etik PT. Telkomsel	73
4.1.6	Tata Kelola PT. Telkomsel	75
4.2	Hasil Penelitian	78
4.2.1	Data Responden	78
4.2.2	Pengaruh Strategi Marketing Public Relations PT. Telkomsel Jakarta dalam Program Langit Musik (Variabel X)	82
4.2.3	Loyalitas Pelanggan (Y)	95
4.3	Analisis Perhitungan	106
4.3.1	Uji Regresi Linear	106
4.3.2	Uji Korelasi	109
4.3.3	Uji Hipotesis	110
4.4	Pembahasan	111

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	122
5.2	Saran	123
5.2.1	Saran Akademik	123
5.2.2	Saran Praktis	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURICULUM VITAE (CV)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Daftar Rating Langit Musik	5
Tabel 3.1	: Operasional Konsep	47
Tabel 3.2	: Validitas Variabel X	52
Tabel 3.3	: Validitas Variabel Y	52
Tabel 3.4	: Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	54
Tabel 3.5	: Reliabilitas Variabel X	54
Tabel 3.6	: Reliabilitas Variabel Y	55
Tabel 3.7	: Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	59
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4.2	: Usia Responden	76
Tabel 4.3	: Pendidikan saat ini	77
Tabel 4.4	: Frekuensi dalam mendengarkan musik	78
Tabel 4.5	: Responden mudah mendapatkan informasi Langit Musik melalui media sosial seperti <i>twitter</i> dan <i>facebook</i>	79
Tabel 4.6	: Langit Musik memberikan informasi seputar musik dan musisi lokal	80
Tabel 4.7	: Responden menyukai Langit Musik karena keunggulannya terdapat lirik lagu	81
Tabel 4.8	: Responden mendapatkan informasi Langit Musik melalui Blog	82
Tabel 4.9	: Responden mendapatkan informasi seputar musik digital di setiap event telkomsel	83
Tabel 4.10	: Design logo Langit Musik menarik perhatian	84
Tabel 4.11	: Langit Musik chart memberikan deretan lagu terbaik	85
Tabel 4.12	: Langit Musik playlist menyimpan informasi lagu berdasarkan kategori khusus	86
Tabel 4.13	: Langit Musik playlist dapat mempermudah menyimpan kumpulan lagu dalam sebuah folder kumpulan lagu sendiri....	87
Tabel 4.14	: Melalui kegiatan kampanye anti pembajakan, responden ikut berpartisipasi dalam mempertahankan musik lokal.....	88
Tabel 4.15	: Kegiatan kampanye anti pembajakan yang dilakukan Langit Musik untuk menciptakan citra positif terhadap Langit Musik dan PT. Telkomsel	89
Tabel 4.16	: Melalui kompetisi Blog Langit Musik, responden dapat mengetahui informasi positif Langit Musik untuk <i>men-download</i> dan <i>men-streaming</i> secara legal	90

Tabel 4.17	: Tujuan kompetisi blog langit musik dapat tersampaikan dan mampu mengubah pola pikir serta perilaku responden.....	91
Tabel 4.18	: Saya merasa puas adanya aplikasi Langit Musik yang diluncurkan oleh PT. Telkomsel	92
Tabel 4.19	: Aplikasi Langit Musik dapat menjadi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan musik.....	93
Tabel 4.20	: Aplikasi Langit Musik menjadi produk unggulan di kalangan masyarakat	94
Tabel 4.21	: Saya dapat men- <i>streaming</i> lagu dari beberapa genre melalui Langit Musik	95
Tabel 4.22	: Langit Musik menjadi layanan musik yang cukup digemari....	96
Tabel 4.23	: Langit Musik memiliki daya tarik dengan koleksi lagu dari dalam maupun dari luar Negeri.....	97
Tabel 4.24	: Aplikasi Langit Musik dipercaya dalam memudahkan men- <i>streaming</i> dan men- <i>download</i> lagu secara legal	98
Tabel 4.25	: Aplikasi Langit Musik mudah di akses	99
Tabel 4.26	: Langit Musik memberikan kemudahan dalam men- <i>download</i> lagu.....	100
Tabel 4.27	: Biaya men- <i>download</i> dan men- <i>streaming</i> lagu dengan akun premium prabayar Langit Musik terjangkau	101
Tabel 4.28	: Pembayaran paket berbayar sangat mudah dilakukan melalui Langit Musik.....	102
Tabel 4.29	: Uji Korelasi.....	103
Tabel 4.30	: Uji Regresi	104
Tabel 4.31	: Uji Anova.....	105
Tabel 4.32	: Uji T Coefficient	106

DAFTAR GRAFIK

Tabel 3.1	: Hipotesis.....	62
-----------	------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1	: Logo PT. Telkomsel	67
Tabel 4.2	: Budaya Perusahaan.....	68

