



**MODEL KOMUNIKASI KOMERSIALISASI PRODUK JASA
TEKNOLOGI BERBASIS DIFUSI INOVASI DI LIPI**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
THERESIA NINGSI ASTUTI
NIM: 55217110052

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



**MODEL KOMUNIKASI KOMERSIALISASI PRODUK JASA
TEKNOLOGI BERBASIS DIFUSI INOVASI DI LIPI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pasca Sarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

OLEH

THERESIA NINGSI ASTUTI

NIM: 55217110052

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2020

ABSTRACT

COMMUNICATION MODEL OF COMMERCIALIZATION OF TECHNOLOGY SERVICES BASED ON INNOVATION DIFFUSION IN LIPI

Theresia Ningsi Astuti dan Dr. Ahmad Mulyana. M.Si.

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana

Email: theresianingsiastuti@gmail.com, ahmad.mulyana@mercubuana.ac.id

Abstract: To increase the competitiveness of a nation, the results of research conducted by a research institute, in this case, LIPI, are needed to be able to commercialize research results. These results do not only reach journals/publications or patents but how the results of research and development can be studied by society or industry. The theory used in this research is the diffusion theory of innovation which was popularized by Everett Rogers in 1964 (Rogers, 1964) through his book entitled *Diffusion of Innovation* and integrated marketing communication theory through his book entitled *IMC The Next Generation* (Schultz, 2004) the synergy of several functions in an organization.

The method used by the author in this study uses qualitative methods with case studies, namely in-depth research on a social environment including humans in it and can also provide an overview of the existing situation. Data collection methods use interviews, observations, organizational documents, regulations, books, reports, literature and others related to the research topic.

These results indicate that the communication model for the commercialization of technology service products used in LIPI in implementing marketing strategies is an integrated communication model based on the diffusion of innovation. This is done because the internal understanding of innovation before being conveyed to external parties follows the needs of potential partners/users of LIPI's research results. LIPI formed a work unit called the Center for Utilization and Innovation of Science and Technology (PPII) in which there are 4 main areas, namely the management of intellectual property rights, the field of incubation, the field of technology transfer and innovation and 1 supporting field, namely the field of administration. PPII is also supported by other work units, namely the Bureau of Cooperation, Law and Public Relations (BKHH) LIPI which oversees the fields of cooperation, law and public relations as well as other related work units. The results of this study indicate that there are 5 (five) commercialization schemes carried out at LIPI so that a communication model for the commercialization of technology products at LIPI can be produced which can be used as a reference.

Keywords: *communication model, commercialization, organizational communication, promotion, integrated marketing communication, diffusion of innovation*

ABSTRAK

MODEL KOMUNIKASI KOMERSIALISASI PRODUK JASA TEKNOLOGI BERBASIS DIFUSI INOVASI DI LIPI

Theresia Ningsi Astuti dan Dr. Ahmad Mulyana. M.Si.

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana

Email: theresianingsiastuti@gmail.com, ahmad.mulyana@mercubuana.ac.id

Abstrak: Untuk meningkatkan daya saing suatu bangsa, hasil penelitian yang dilakukan oleh sebuah lembaga penelitian dalam hal ini LIPI diperlukan untuk dapat mengomersialkan hasil penelitian. Hasil penelitian ini tidak hanya sampai pada jurnal / publikasi atau paten tetapi bagaimana hasil penelitian dan pengembangan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat atau industri. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi yang dipopulerkan oleh Everett Rogers pada tahun 1964 (Rogers, 1964) melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations* dan teori komunikasi pemasaran terpadu melalui bukunya yang berjudul *IMC The Next Generation* (Schultz, 2004) dimana perlu adanya sinergi antara beberapa fungsi dalam suatu organisasi.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus yaitu penelitian mendalam pada suatu lingkungan sosial termasuk manusia di dalamnya dan dapat pula memberikan gambaran keadaan yang ada. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumen organisasi, peraturan, buku, laporan, literatur dan lainnyayang terkait dengan topik penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model komunikasi komersialisasi produk jasa teknologi yang digunakan di LIPI dalam menerapkan strategi pemasaran adalah model komunikasi terintegrasi yang berbasis pada difusi inovasi. Hal ini dilakukan karena perlunya pemahaman di pihak internal akan suatu inovasi sebelum disampaikan ke pihak eksternal mengikuti kebutuhan calon mitra/pengguna hasil penelitian LIPI. LIPI membentuk unit kerja yang dinamakan Pusat Pemanfaatan dan Inovasi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (PPII) yang di dalamnya terdapat 4 bidang utama yaitu bidang pengelolaan hak kekayaan intelektual, bidang inkubasi, bidang alih teknologi dan inovasi dan 1 bidang penunjang yaitu bidang tata usaha. PPII juga didukung oleh unit kerja lain yaitu Biro Kerja Sama, Hukum dan Humas (BKHH) LIPI yang membawahi bidang kerja sama, hukum dan kehumasan juga satuan kerja lain yang terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 5 (lima) skema komersialisasi yang dilakukan di LIPI sehingga dapat dihasilkan satu model komunikasi komersialisasi produk jasa teknologi di LIPI yang dapat dijadikan acuan.

Kata kunci: *model komunikasi, komersialisasi, komunikasi organisasi, promosi, komunikasi pemasaran terpadu, difusi inovasi*

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Model Komunikasi Komersialisasi Produk Jasa Teknologi
Berbasis Difusi Inovasi Di LIPI
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Theresia Ningsi Astuti
N I M : 55217110052
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 10 Desember 2020

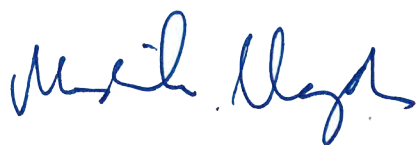
Mengesahkan
Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Model Komunikasi Komersialisasi Produk Jasa Teknologi Berbasis
Difusi Inovasi Di LIPI
Nama : Theresia Ningsi Astuti
NIM : 55217110052
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 10 Desember 2020

Merupakan hasil studi Pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 Desember 2020

Theresia Ningsi Astuti

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Theresia Ningsi Astuti

NIM : 55217110052

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “MODEL KOMUNIKASI KOMERSIALISASI PRODUK JASA TEKNOLOGI BERBASIS DIFUSI INOVASI DI LIPI”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 28 Agustus 2020 didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

Jakarta, 28 Agustus 2020

Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan YME, karena dengan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat merampungkan tesis yang berjudul “*Model Komunikasi Di LIPI Dalam Upaya Mengkomersialisasikan Hasil Penelitian Dalam Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus Di Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia)*” ini dapat terselesaikan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi Magister Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, suami dan anak tercinta atas jasa-jasa, kesabaran, serta pengorbanan dan ketulusan telah membimbing dan membesarkan serta senantiasa berdoa untuk keselamatan dan keberhasilan penulis.

Dalam menyelesaikan tesis ini, penulis telah banyak mendapatkan kesulitan serta hambatan, tetapi dengan bantuan, dukungan, motivasi, dan doa' dari berbagai pihak, baik saat menempuh pendidikan, penelitian maupun saat penulisan tesis ini, hal itu dapat teratasi. Untuk itu perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Ahmad Mulyana, M.Si. sebagai pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, dan mendukung penulis selama ini hingga terselesaikannya tesis ini.
2. Seluruh dosen Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana atas segala ilmu, nasehat dan pelajaran yang telah dibagikan.
3. Para pegawai jurusan Magister Ilmu Komunikasi yang telah membantu pengurusan berkas untuk penyelesaian tesis ini.
4. Teman-teman Magister Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang selalu membantu dan memberikan support.

5. Dr. L.T. Handoko selaku Kepala LIPI sekaligus sebagai key informan dalam pencarian data/informasi di LIPI sekaligus sebagai pemegang kebijakan.
6. Dr. Yan Rianto selaku Kepala PPII LIPI yang bersedia memberikan informasi yang diperlukan terkait komersialisasi dan alih teknologi di LIPI.
7. Dr. Dyah Rachmawati Sugiyanto selaku humas di BKHH LIPI yang bersedia memberikan informasi dan masukan dalam penulisan tesis ini.
8. Keluarga besar dan teman-teman LIPI yang selalu memberikan semangat.

Dan terima kasih kepada pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya yang telah banyak memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis di balas oleh Tuhan YME dengan pahala yang berlimpah. Amin.

Jakarta, 13 Juli 2020

Penulis,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR CHART	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Identifikasi Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kajian Teori	35
2.2.1. Komunikasi Korporat.....	35
2.2.1.1. Eksternal <i>Corporate Communication</i>	51
2.2.1.2. Metode Pekerjaan <i>Corporate Communication</i>	58
2.2.1.3. Fungsi-fungsi <i>Corporate Communication</i>	60
2.2.1.4. Fungsi Internal dan Eksternal <i>Corporate Communication</i>	63
2.2.2. Teori Difusi Inovasi	35
2.2.3. Model Komunikasi Laswell	
2.3. Kerangka Pemikiran	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	84
3.1. Obyek Penelitian	84
3.2. Paradigma Penelitian	85
3.3. Metode Penelitian	87
3.4. Teknik Pengumpulan	87
3.5. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	90
3.6. Teknik Analisis Data	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	93
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	93
4.1.1. Sejarah Organisasi	79
4.1.2. Visi	81
4.1.3. Misi	81
4.1.4. Tujuan Organisasi.....	82
4.1.5. Struktur Organisasi.....	83
4.2. Hasil Penelitian	84
4.2.1. Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	84
4.2.2. Publikasi Jurnal/Prosiding/Buku	94

4.2.3. Identifikasi Potensi Komersialisasi Kekayaan Intelektual LIPI.....	96
4.2.4. Industrial Visit	110
4.2.5. Beberapa bentuk kerjasama dalam rangka mendorong komersialisasi hasil penelitian.....	111
4.3. Pembahasan	115
4.3.1.Strategi Komunikasi Pemasaran LIPI	115
4.3.2.Model Komunikasi Pemasaran LIPI	116
 BAB V PENUTUP	 163
5.1. Kesimpulan	163
5.2. Saran	165
 DAFTAR PUSTAKA	 167
LAMPIRAN	167



DAFTAR TABEL

Tabel.	1
Tabel.....	4
Tabel.....	4
Tabel.....	4
Tabel.....	4



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1
Gambar	4
Gambar	4
Gambar	4
Gambar	4

