



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Titis Gandariani
NIM : 55208110011
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul : Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran
(Studi Kasus : Evaluasi Proses "Program Paket Tagihan Tetap" Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

Jakarta, 16 Agustus 2010

Pembimbing I

(Dr. Leila Mona Ganiem)

Pembimbing II

(Dr. Irwansyah, MA)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran
(Studi Kasus : Evaluasi Proses "Program Paket Tagihan Tetap" Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

Nama : Titit Gandariani

NIM : 55208110011

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

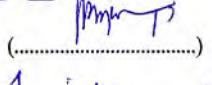
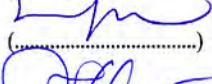
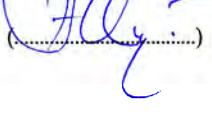
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 6 November 2010

Jakarta, 6 November 2010
Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid. M.Si

(.....)
2. Penguji Ahli
Prof. Dr. Neni Yulianita

(.....)
3. Pembimbing I
Dr. Leila Mona Ganiem

(.....)
4. Pembimbing II
Dr. Irwansyah. MA

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran
(Studi Kasus : Evaluasi Proses "Program Paket Tagihan Tetap" Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

Nama : Titis Gandariani

NIM : 55208110011

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 6 November 2010

Jakarta, 20 November 2010

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid. M.Si

(.....)

2. Pengaji Ahli
Prof. Dr. Neni Yulianita

(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Leila Mona Ganiem

(.....)

4. Pembimbing II
Dr. Irwansyah. MA

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran
(Studi Kasus : Evaluasi Proses "Program Paket Tagihan Tetap" Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

Nama : Titis Gandariani

NIM : 55208110011

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 6 November 2010

Jakarta, 20 November 2010
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Pembimbing I

(Dr. Leila Mona Ganiem)

Pembimbing II

(Dr. Irwansyah, MA)



**MERCU BUANA UNIVERSITY
POSTGRADUATE PROGRAM
STUDY PROGRAM MASTER OF COMMUNICATION**

Titis Gandariani (55208110011)

“Audit of Strategic Planning in Marketing Communication (Case Study, Evaluation Process of ‘Program Paket Tagihan Tetap’ Telepon Rumah Period of 2009 – 2010 PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk”

5 chapters, +222 pages, 9 tables, 13 figure, 4 appendices, 47 bibliography

Keyword : Strategic Planning in Marketing Communication

ABSTRACT

Strategic planning in marketing communication is a concept of planning with purpose to build a strategic planning in marketing communication related with specific and comprehensive promotion. Essence in a planning concept in a program campaign activity base to support in creation and analyze an incoming set of strategic planning in marketing communication promotion.

This thesis discuss about mechanism in planning process of promotion campaign program from creating to implementation, observe from planning concept or strategic planning of marketing communication. The idea is to deliberate the communication planning process in an implemented marketing campaign program by doing an auditing and analyzing base on a marketing communication planning concept by M. Wayne DeLozier (1976). The research method we use is case study with a design from of qualitative description.

Audit result of mechanism in planning process of promotion campaign program show that planning concept or strategic planning in DeLozier marketing communication concepts actually implemented, but not exactly the same in the term phase. Planning process of promotion campaign of “Program Paket Tagihan Tetap” Period of 2009 – 2010 which has been implemented by systematically. Depart from the research result, others discovery found that mechanism in planning process of communication promotion campaign program are differently implemented with academic scheme.

To amplify the campaign, researcher suggested to continued on the campaign of “Program Paket Tagihan Tetap” by doing an evaluation process on each implemented strategic planning of promotion communication to become consistent, others such as intensely institutional relations between agency and customer.



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

Titis Gandariani (55208110011)

”Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus : Evaluasi Proses ‘Program Paket Tagihan Tetap’ Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk”

5 bab, +222 halaman, 9 tabel, 13 gambar, 4 lampiran, 47 bibliografi

Kata Kunci : *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran

ABSTRAK

Strategic planning komunikasi pemasaran adalah sebuah konsep perencanaan yang ditujukan untuk membangun rencana strategi komunikasi pemasaran terkait promosi yang spesifik dan komprehensif. Pentingnya sebuah konsep perencanaan dalam sebuah kegiatan kampanye program didasari untuk memudahkan dalam penyusunan dan menganalisis serangkaian rencana strategi komunikasi promosi yang akan dilaksanakan.

Tesis ini membahas bagaimana mekanisme proses perencanaan komunikasi promosi kampanye program dirancang hingga diimplementasikan, diamati dari konsep perencanaan atau *strategic planning* komunikasi pemasaran. Tujuannya adalah untuk mengetahui proses perancangan komunikasi promosi kampanye program yang telah dilaksanakan dengan cara melakukan audit dan menganalisis berdasarkan konsep perencanaan komunikasi pemasaran M. Wayne DeLozier (1976). Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan format desain deskriptif kualitatif.

Hasil audit terhadap mekanisme proses perancangan komunikasi promosi kampanye program menunjukkan konsep perencanaan atau *strategic planning* komunikasi pemasaran dari DeLozier itu sebenarnya diterapkan, walau elemen urutannya tidak sama persis. Proses perancangan komunikasi promosi kampanye ”Program Paket Tagihan Tetap” Periode 2009-2010 yang telah dilakukan berjalan berdasarkan sistematik. Bertolak dari hasil riset, temuan lain didapat bahwa perancangan terhadap mekanisme proses komunikasi promosi kampanye program ditemukan cara penanganan berbeda dengan yang dilakukan secara akademis.

Guna meningkatkan kampanye, penulis menyampaikan saran untuk meneruskan kampanye ”Program Paket Tagihan Tetap” dengan melakukan evaluasi proses pada setiap rencana strategi komunikasi promosi yang telah direncanakan dengan yang dilaksanakan agar konsisten, diantaranya seperti lebih mengintensifkan hubungan institusi dengan pihak *agency* dan *customer*.

PERNYATAAN

Judul	: Audit <i>Strategic Planning</i> Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus : Evaluasi Proses "Program Paket Tagihan Tetap" Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)
Nama	: Titis Gandariani
NIM	: 55208110011
Jenjang Pendidikan	: Strata Dua (S2)
Program Studi	: Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Corporate and Marketing Communication
Tanggal	: 16 Agustus 2010

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 16 Agustus 2010



(Titis Gandariani)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya berupa kesehatan dan petunjuk sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Audit *Strategic Planning* Komunikasi Pemasaran, Studi Kasus : Evaluasi Proses ‘Program Paket Tagihan Tetap’ Telepon Rumah Periode 2009-2010 PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk”. Besar harapan semoga tesis ini juga dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa mahasiswi Magister Ilmu Komunikasi khususnya *Corporate and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana sebagai pedoman dan pandangan dalam penyusunan serta menganalisis penelitian di perusahaan atau organisasi terkait.

Tesis ini dapat terselesaikan, tidak terlepas dari bantuan yang diberikan oleh pihak-pihak yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kaprodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Dr. Farid Hamid, M.Si.
2. Sekretaris bidang studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Heri Budianto, S.Sos. M.Si.
3. Dosen pembimbing, Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si, dan Dr. Irwansyah, MA terima kasih atas segala waktu dan ilmunya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini.

4. Eddy Kurnia *Vice President Public and Marketing Communications* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, terima kasih atas *welcome* dan *support* yang diberikan.
5. Yoga Maharseto Iskandar selaku *Account Officer I* Unit *Public and Marketing Communication*, Rina *Manager* di unit *Directorat Consumer*, Fadlullah *Account Officer* di unit *Directorat Consumer*, Widodo selaku *Legal*, serta jajaran Divisi terkait PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, terima kasih yang sebesar-besarnya atas *support* dan segala informasi yang telah diberikan.
6. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada segenap dosen atas tambahan informasinya serta staf sekretariat Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segala kelancaran dan kemudahan dalam penyelesaian tesis ini.
7. Kepada orang tuaku tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan aku dan tak habis-habisnya memberikan kasih dan sayangnya kepadaku, juga kepada saudara-saudaraku yang sangat aku sayangi.
8. Serta sahabat-sahabatku yang setia membantu dan mendukungku dalam suka dan duka ibu yati, kang ustaz, anak-anak minggu menteng terspesial mba wanti, "kepala suku" andi, ayah nurdin, mas hendi dan semua angkatan 5 (lima) "makasih chin", semoga kalian cepat menyusul.

Jakarta , 16 Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN (<i>ORIGINALITY</i>).....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv



**UNIVERSITAS
BAB I PENDAHULUAN MERCU BUANA**

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1.	Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2.	Rumusan Masalah.....	13
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.4	Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1.	Manfaat Akademis.....	15
1.4.2.	Manfaat Praktis.....	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Kajian Pustaka.....	17
2.1.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
2.1.2	Proses Perencanaan Promosi.....	27
2.1.3	Konsep Perencanaan Strategi.....	30
2.1.4	Konsep Perencanaan M Wayne DeLozier.....	39
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian.....	64
3.2.	Paradigma Penelitian.....	65
3.3.	Metode Penelitian.....	67
3.4.	Definisi Konsep.....	68
3.4.1.	Proses Perencanaan.....	68
3.4.2.	Promosi.....	68
3.5.	<i>Key Informan</i>	71
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.6.1.	Data Primer.....	72
3.6.2.	Data Sekunder.....	72
3.7.	Teknik Analisis Data.....	73
3.8.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	75
3.9.	Keterbatasan Penelitian.....	76

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.1.1.	Sekilas tentang PT. TELKOM.....	85
4.1.2.	Visi Dan Misi PT. TELKOM.....	86
4.1.3.	Bidang Usaha PT. TELKOM.....	87
4.1.4.	Struktur Organisasi PT. TELKOM.....	91
4.2.	Hasil Penelitian.....	94
4.2.1.	Deskripsi Penemuan.....	94
4.2.2.	Hasil Analisis Data.....	144
4.3.	Pembahasan	163
4.3.1.	Misi, Tujuan dan Strategi Koperat.....	163
4.3.2.	Merancang Strategi Komunikasi Promosi.....	167
4.3.3.	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Promosi.....	180

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	203
5.2.	Saran	208

DAFTAR PUSTAKA..........218

LAMPIRAN..........222

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matrik Penelitian-Penelitian.....	23
Tabel 2.2	Review Konsep Perencanaan.....	33
Tabel 2.3	Beberapa Kemungkinan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	51
Tabel 3.1	Reka Penelitian Definisi Konsep.....	68
Tabel 3.2	Reka Penelitian.....	77
Tabel 4.1	Matrik Perubahan Bentuk Perusahaan.....	98
Tabel 4.2	Kontribusi TELKOM Group Kepada Negara.....	124
Tabel 4.3	Aset TELKOM dari Tahun ke Tahun.....	125
Tabel 4.4	Kinerja Layanan Telepon Tetap Standar Pemenuhan Pemasangan baru.....	131
Tabel 4.5	Pengembangan Tujuan Pemasaran dan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	177



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Corporate Planning System</i>	60
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Unit <i>Directorat Consumer</i>	91
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Unit <i>Public and Marketing Communication</i>	93
Gambar 4.3	Pembabakan Transformasi TELKOM (1988-2009).....	100
Gambar 4.4	Pangsa Pasar Layanan Seluler.....	103
Gambar 4.5	Pangsa Pasar Layanan FWA (<i>Fixed Wireless Access</i>).....	104
Gambar 4.6	Operator dan Merek Dagang Layanan Telekomunikasi di Indonesia.....	107
Gambar 4.7	Tarif Telekomunikasi di Indonesia semakin hari semakin murah.....	111
Gambar 4.8	Penelitian Morgan Stanley.....	112
Gambar 4.9	Hierarki Struktural Strategi Komunikasi Pemasaran.....	169
Gambar 4.10	Struktur Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran terkait Promosi.....	179
Gambar 5.1	Model Kesimpulan <i>Strategic Planning</i> TELKOM.....	216
Gambar 5.2	Model Saran <i>Strategic Planning</i> TELKOM.....	217

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Keterangan Riset

- Surat keterangan izin meneliti dari Akademik
- Nota dinas meneliti tembusan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk
- Nota konfirmasi meneliti dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Lampiran II Rangkuman Wawancara

- Hasil dan kroscek wawancara
- Rangkuman hasil audit wawancara

Lampiran III Profil Komunikasi Promosi Kampanye Program

- Siaran pers "Telepon Rumah Tarif Hemat"
- Tampilan promosi kampanye program

Lampiran IV Laporan Kinerja Layanan Telepon Tetap (Telepon Rumah) Periode

2009-2010

- Kinerja layanan jaringan telepon tetap lokal
- Laporan pencapaian standar kualitas layanan jasa teleponi dasar pada jaringan SLJJ
- Kinerja layanan jaringan telepon tetap mobilitas terbatas
- Kinerja layanan jaringan telepon tetap sambungan internasional