

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERINTEGRASI INDIHOME DATEL PANDAAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Oleh:

YOHANA SAVIRA WAHYUDI

17 09 06345

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI
INDIHOME DATEL PANDAAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
PELANGGAN

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

YOHANA SAVIRA WAHYUDI

NPM : 170906345

Disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi IndiHome
Datel Pandaan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Penyusun : Yohana Savira Wahyudi

NPM : 170906345

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Kamis, 25 November 2021

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ujian Daring

TIM PENGUJI

MC. Ninik Sri Rejeki, Dra., M.Si., Dr

Penguji Utama

Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Desideria Cempaka W., S.Sos., Ma., Ph.D.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yohana Savira Wahyudi

NPM : 17 09 06345

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi
IndiHome Datel Pandaan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 10 November 2021

Saya yang menyatakan



Yohana Savira Wahyudi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Papa dan Mama

Koko dan Adik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat-Nya yang telah peneliti peroleh dalam proses mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), penelitian skripsi ini berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi IndiHome Datel Pandaan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”

Dalam proses yang telah peneliti lalui selama mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, tentunya banyak sekali dukungan dan pengaruh dari orang-orang terdekat. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengungkapkan persembahan dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam hidup peneliti dalam memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, perlindungan, kesehatan, dan Mujizat-Nya dalam hidup peneliti. Engkau yang menyertai dan memberikan kekuatan, hikmat, sepanjang peneliti menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas rencana indah-Mu dalam kehidupan peneliti. Melalui segala hal dan momen yang telah peneliti lewati, peneliti percaya bahwa waktu Tuhan adalah yang terbaik dan janji-Nya ya dan amin adanya.
2. Papa dan Mama. Terima kasih telah menjadi bagian terindah yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan selalu menyanyangi peneliti. Terima kasih atas waktu dan segala hal yang telah diupayakan untuk memberikan yang terbaik bagi putrinya hingga dapat menyelesaikan pendidikan hingga perguruan tinggi. Semoga papa dan mama panjang umur, sehat, dan selalu dalam hadirat Tuhan untuk menemani anak-anaknya hingga menjadi sosok orang tua kelak.
3. Koko Yosua dan Adek Yolanda. Terima kasih untuk kedua saudara kandung peneliti yang juga mendukung, mendokan, dan menghibur

peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Semoga kita tetap rukun dan menjadi saudara yang tetap berpegang teguh pada Tuhan Yesus dan saling mengasihi satu sama lain.

4. Bapak Alexander Beny Pramudyanto, M.Si. Terima kasih untuk bapak Beny selaku dosen pembimbing peneliti atas semua bimbingan, saran, masukan, dan kritik yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
5. Galen Masrikat. Terima kasih telah menjadi pacar yang setia, yang selalu mendukung, mendoakan, dan pendengar yang baik dalam setiap keluh kesah peneliti. Semoga kedepannya terwujud apa yang diharapkan dan selalu menjadi bagian terindah dalam hidup peneliti.
6. Saudara, Sepupu, Koko, Cece, Om, Tante, Empek, Uwak, Alm. Engkong, dan semuanya yang ada dalam keluarga Tjong Family (Keluarga Besar Papa). Terima kasih dukungan dan doa yang menguatkan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Tetap menjadi keluarga besar yang kompak dan senantiasa mengandalkan Tuhan.
7. Eyang dan Keluarga Besar Mama. Terima kasih atas doa dan dukungan dari Eyang yang selalu menguatkan peneliti. Terima kasih juga untuk keluarga besar mama atas dukungannya.
8. Pihak Telkom Pandaan dan Mas Apri. Terima kasih atas waktu dan kesempatan untuk dapat melakukan kegiatan KKL dan mendukung peneliti untuk meneliti masalah disana dan menjadikannya bahan data untuk tugas akhir peneliti. Mas Apri terima kasih atas ilmu, waktu, dan dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
9. Agita Kristin Barasa dan Sinta Purnama. Terima kasih untuk *my special 911* Agita dan Sinta telah menjadi sahabat yang mendukung, membantu, saling mendoakan, dan tempat untuk bercerita. Kalian yang membuat peneliti betah selama berada di Jogja. Semoga kelak kita dapat bertemu lagi tanpa harus terpisah jarak dan pulau.

10. Shasha dan Jojo. Terima kasih untuk Shasha dan Jojo telah menjadi sahabat yang mendukung, menghibur, bercerita, dan selalu menjadi alasan peneliti untuk pulang ke Malang.
11. Clarissa, Vania, Andra, Carolin, Mifta, Yosua, Mikael, Brigita, dan Nining. Terima kasih kalian menjadi bagian dari kisah hidup peneliti selama menjalankan proses perkuliahan. Semoga kelak kita dapat bertemu lagi teman-teman dan kalian juga lulus dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Jemaat GPDI Ebenhaezer. Terima kasih untuk semua jemaat gereja GPDI Ebenhaezer untuk dukungan doa yang menguatkan peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
13. Atma Jaya Radio. Terima kasih telah menjadi bagian keluarga komunitas di tengah proses perkuliahan. Dengan Atma Jaya Radio peneliti mendapatkan banyak pengalaman dalam dunia penyiaran, organisasi, event, dan membangun karakter dalam bekerja sama dengan banyak orang dalam satu tim.
14. *Last but not least, thanks to me.* Terima kasih ya untuk diriku sendiri sudah mau berjuang, semoga kelak apa yang telah kamu perjuangkan berbuah manis untuk setiap langkah kehidupan yang akan datang.

Yohana Savira Wahyudi

No. Mhs : 170906345/ KOM

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI
INDIHOME DATEL PANDAAN DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang implementasi komunikasi pemasaran terintegrasi yang dijalankan oleh Telkom Datel Pandaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan IndiHome. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi komunikasi pemasaran terintegrasi IndiHome Datel Pandaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Integrated Marketing Communication* (IMC) (Kotler & Keller, 2008) dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Peneliti memperoleh data melalui hasil wawancara dengan *management* Telkom Pandaan, SPV *Sales* Telkom Pandaan, pelanggan *long stay* IndiHome, dan mantan pelanggan IndiHome. Peneliti juga mendapatkan informasi melalui *desktop research* website dan media sosial, serta dokumen pendukung foto dan data internal perusahaan.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah tim *management* IndiHome Datel Pandaan menggunakan IMC untuk mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sebelum diimplementasikan, *tools* IMC diimplementasikan dari perancangan konsep IMC dengan menggunakan delapan *tools* dikemukakan Kotler & Keller.

Dalam implementasinya di lapangan, *tools* IMC yang relevan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan menghasilkan pelanggan *long stay* dengan kategori berlangganan IndiHome lebih dari dua tahun dan melakukan pembelian berulang melalui *add-on* adalah promosi penjualan (*sales promotion*) dengan menawarkan promosi berupa diskon, *cashback* pembayaran, program HSSP (*High Speed Same Price*), yang terintegrasi dan dikomunikasikan melalui penjualan secara tatap muka dengan *sales* (*personal selling*), dan dan *tools* iklan (*advertising*).

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran Terintegrasi, IMC, Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Akademis	10
2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. <i>Integrated Marketing Communication</i> (Komunikasi Pemasaran Terintegrasi)	12
2. Perencanaan IMC.....	16
3. Loyalitas Pelanggan.....	19
F. Kerangka Konsep.....	21
G. Metodologi	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Metode Penelitian	24
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
4. Sumber Data	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	26

6.	Teknik Analisis Data	27
7.	Teknik Keabsahan Data	28
BAB II DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....		29
A.	Gambaran Umum Telkom Indonesia	29
1.	Sejarah Telkom Indonesia	29
2.	Logo dan Makna	31
3.	Visi dan Misi Telkom Indonesia.....	32
4.	Lokasi Penelitian Daerah Telkom (Datel) Pandaan.....	33
5.	Struktur Organisasi Daerah Telkom Pandaan.....	34
B.	Gambaran Umum Produk IndiHome	34
1.	Tentang IndiHome	34
2.	Layanan IndiHome	35
BAB III HASIL TEMUAN DATA & PEMBAHASAN.....		36
A.	Hasil Temuan Data.....	36
1.	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	36
2.	Implementasi IMC Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	70
B.	Pembahasan	82
1.	Implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i> (Komunikasi Pemasaran Terintegrasi).....	82
2.	Loyalitas Pelanggan.....	99
BAB IV PENUTUP		116
A.	Kesimpulan.....	116
B.	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		120

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 <i>Customer</i> IndiHome Datel Pandaan Tahun 2018-2019	5
Bagan 1.2 Kerangka Konsep Penelitian	21
Bagan 3.1 <i>Customer</i> IndiHome Datel Pandaan Tahun 2020.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perusahaan di bawah Telkom Indonesia (TelkomGroup).....	30
Gambar 2.2 Logo Telkom Indonesia	31
Gambar 2.3 Plaza Daerah Telkom Pandaan.....	33
Gambar 2.4 Susunan Organisasi Daerah Telkom Pandaan.....	34
Gambar 2.5 Logo IndiHome	34
Gambar 3.1 Iklan Baliho IndiHome (Depan Plaza Telkom Pandaan).....	41
Gambar 3.2 Iklan Brosur IndiHome	41
Gambar 3.3 Iklan <i>Online Mola TV</i> (add on IndiHome)	42
Gambar 3.4 <i>Sales Promotion</i> Diskon “ <i>Cashback 50%</i> ”	46
Gambar 3.5 <i>Sales Promotion</i> program <i>High Speed Same Price</i> (HSSP).....	47
Gambar 3.6 <i>Sales Promotion</i> Gebyar IndiHome Pajero Sport	47
Gambar 3.7 <i>Events & Experiences</i> Hari Pelanggan Nasional 4 September 2019 di Plaza Telkom Datel Pandaan & Rumah Salah Satu Pelanggan long stay IndiHome Datel Pandaan.....	51
Gambar 3.8 <i>Public Relations & Publicity Talkshow</i> “Aktivitas Tanpa Batas bersama IndiHome” (membahas produk IndiHome untuk membantu aktivitas pelanggan) Radio Star FM Pandaan.....	55
Gambar 3.9 <i>Personal Selling Open Table</i>	61
Gambar 3.10 <i>Personal Selling CS (Customer Service)</i>	61
Gambar 3.11 <i>Door To Door</i> Rumah Pelanggan Kawasan Pandaan	62

Gambar 3.12 Konten Instagram @Pandaan_Now (Konten Edukasi Pelanggan IndiHome Mengenai Penggunaan Perangkat Optimal Dalam <i>Speed</i> Internet & Edukasi Kesehatan Mental di Masa Pandemi).....	65
Gambar 3.13 Konten Tiktok @Pandaan_Now (Promosi Layanan <i>add on</i> “Mola TV” & Pelayanan <i>Sales</i> IndiHome Pandaan Dalam Mengenalkan Produk).....	66
Gambar 3.14 E-WOM “Komentar pelanggan” Instagram @Pandaan_Now (Komentar positif salah satu Netizen dalam postingan Pelayanan <i>Sales</i> IndiHome Pandaan Dalam Mengenalkan Produk IndiHome).....	69
Gambar 3.15 E-WOM “Video Testimoni Pelanggan Mengenai IndiHome” Instagram @Pandaan_Now.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Interview Guide</i>	125
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	137

