

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ‘TELKOM SPEEDY’ DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Pemasaran *Telkom Speedy* dalam membangun loyalitas konsumen di Yogyakarta)

## **Skripsi**

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

ERWIN KURNIAWAN  
20020530101

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ISIPOL  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

## Halaman Pengesahan

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji jurusan ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 1 Nopember 2012

Tempat : Ruang Rapat IK

Susunan tim Penguji

Ketua

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.

Penguji I

Penguji II

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP.,M.I.Kom.

Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu

Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

tanggal:

Aswad Ishak,S.IP.,M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## HALAMAN MOTTO

### MOTTO:

*"Dakwah tidak hanya diucapkan dengan lidah saja,  
tetapi juga dilaksanakan dengan amal.*

*Sebenarnya yang dimaksud dengan bil haal itu  
ialah ucapan yang sesuai dengan kenyataan  
perbuatan dan akhlak mulia "*

**(Muhammad Natsir)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*My Great Thank's to.....*

- + Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- + Kedua orang tuaku tercinta, yang telah memberikan dukungan material dan berpeluh doa untuk anak laki-laki satu-satunya*
- + Istriku Reni tercinta, serta anakku Naufal Azka Fabregas, yang kucintai dan kusayangi yang memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsi*
- + Kakakku dan adikku yang telah memberikan doa dan motivasi selama mengerjakan skripsi, mas Sadi terimakasih atas doanya – Bimo dan Fardhan jangan nakal-nakal ya*
- + Trah ugadi Mulyono di jogja yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini*
- + Bos Avo, Pak lek makasih ya atas dorongannya untuk cepat menyelesaikan skripsi ini*
- + Teman-teman Djoung Java – namamu akan ku kenang selalu dihati... Love "DJ"*
- + Teman-teman Team RKK – ku- Fajar-Dayat-Bendot-Gomek-Heri-Kenyut-David-Budi- Ayo bangkitkan RKK Smoga Juaraa...*

- ✚ *Teman-teman UKM Football futsal – Sidra – Nopeng- Oblo, kapan menyusul widusa???? –Roni- Naim-Alui- Yulfi dan yang belum aku sebutkan thanks banyak atas persahabatan kita...*
- ✚ *Isipol Football Friend –Agas- Taufik- Yudi- bersama kalian kita dapat menorehkan kenangan juara Komunikasi Jateng dan DMJ di UPN...*
- ✚ *Temen-temen Cowo UMY – Jarot-Surip-Adi Bolot-Dapang-Donya- Doddy-Adit thole-Hendra-Alfian-Ayooo majukan The Kop!!! – yang tidak aku sebutin satu persatu – thanks... banget yaaa...*
- ✚ *Konco-koncoku di Patukan dan dimanapun yang nggak aku sebutkan satu persatu terimakasih banyak atas dukungan dan doanya..*
- ✚ *Teman-teman RKN ku – Yofan-Rheino-Ploto-Nuic-Lia-Lina- Riris- Herni*
- ✚ *Semua teman-teman Komunikasi B – Edi-Ahmad-Dhika-Tendra-Agus Salim-Damsey-Wina-Eva-Dina-LizaIka-Malla- dan yang aku sebutin makasih anyak atas persahabatan 2ta selama ini- jangan lupakan ag ya...*
- ✚ *Teman-teman Porprou Sleman Futsal yang memberikan kenangan yang tak terlupakan juara porprou 2011 ... Good Luck*
- ✚ *Semua teman-teman Komunikasi Kelas A-C Ika jodoh 2ta akan bertemu lagi...*
- ✚ *Teman-teman yang belum aku sebutkan satu persatu terimakasih banyak atas doa dan dukungan kalian semua smoga amal Ibadah kalian diterima Allah SWT.... Amin.*

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmatNya dalam penulisan skripsi dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TELKOM SPEEDY DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN. (Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Telkom Speedy dalam membangun loyalitas konsumen di Yogyakarta), sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, meskipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta doa dan safa'atnya yang kita tunggu di akhir jaman.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Ir. H.M. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Tulus Warsito selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis.
5. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I. Kom, selaku tim penguji I skripsi ini sehingga dapat berjalan lancar dan sukses.

6. Ibu Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si, selaku tim penguji II yang dengan sabar dan tulus telah membimbing, mengarahkan serta mendorong penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Isipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari peneliti selama menempuh perkuliahan.
8. Bapak Wahyu Hidayat, Bapak Anwar, Bapak Taufik, Bapak Arif, dan segenap karyawan-karyawati PT. Tekom Speeds Yogyakarta serta sahabat-sahabatku tercinta yang telah membantu dengan tulus dan mendorong penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Ayah dan Ibu serta istriku, anakku, saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan doa, dorongan dan perhatian kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
10. Semua yang telah memberikan dukungan bahwa, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Tentu saja skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis akan dengan senang hati menerima kritik dan saran agar segala kekurangan skripsi ini dapat diperbaiki.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Allah SWT Amin. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua yang memerlukannya.

Peneliti  
ERWIN KURNIAWAN

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAKSI	
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
F. Metode Penelitian .....	18
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	22
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	22
B. Visi Misi dan tujuan PT. TELKOM .....	25
1. Visi.....	25
2. Misi .....	26
3. Tujuan .....	26



C. Budaya “ARTI” TELKOM.....	28
D. Logo PT. TELKOM.....	30
E. Makna Maskot .....	31
F. Makna Kredo PT. TELKOM .....	32
G. Bidang Usaha dan kegiatan PT. TELKOM .....	33
H. Struktur Organisasi PT. TELKOM.....	44
I. Sejarah dan Perkembangan Speedy .....	48
BAB III. HASIL SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Sajian Data.....	52
B. Pembahasan .....	72
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN .....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Periklanan  
Erwin Kurniawan (20020530101)

*Strategi Komunikasi Pemasaran “Telkom Speedy” dalam Membangun Loyalitas Konsumen*

Tahun Skripsi: 2012-84 halaman + 4 Lampiran + Daftar Kepustakaan: 9 buku + 2 Sumber Online + 4 orang nara sumber.

Telkom merupakan perusahaan dalam skala besar. Pada tahun 2006 Telkom mengeluarkan produk terbarunya yaitu Telkom speedy. Dengan banyaknya saingan jasa internet yang muncul, speedy tetap eksis hingga saat ini. Masalah yang sedang dihadapi speedy akan diteropong dengan pendekatan deskriptif dalam sudut pandang ilmu komunikasi. Masalah khusus yang diangkat dalam karya tulis ini adalah tentang apa dan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Telkom Speedy dalam membangun loyalitas konsumen di Yogyakarta sebagaimana yang terumuskan dalam rumusan masalah karya tulis ini. Hal ini sangat penting, karena sebagaimana yang kita ketahui bahwa Yogyakarta merupakan merupakan salah satu pengguna layanan internet.

Paparan dalam karya tulis ini adalah dengan menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran sebagai bagian dari perkembangan ilmu komunikasi komunikasi pemasaran dalam karya tulis ini menunjuk pada sebuah proses yang berkelanjutan dari proses satu pada proses lainnya dengan berbagai macam bentuk, bukan akhir dari tujuannya. Itu berarti proses yang terjadi dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Speedy lebih fleksibel sesuai dengan tuntutan keadaan. Teori komunikasi pemasaran hanya merupakan sebuah pendekatan keilmuan yang bisa saja mengalami modifikasi dalam aplikasinya dan pembenaran atau kritik dalam teori komunikasi pemasaran merupakan sesuatu yang wajar. Produk tidak selalu sama sebagaimana alam pendekatan komunikasi pemasaran. Dalam karya tulis ini akan dipaparkan dalam pendekatan deskriptif tentang berbagai masalah dan jalan keluar yang telah dan akan diambil oleh Telkom speedy.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Konsumen

## **ABSTRACT**

Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social Science and Politic  
Communication Department  
Advertising Concentration  
Erwin Kurniawan (20020530101)

*Speedy Marketing Communication Strategy for Building Customer Loyalty*

Year of Thesis: 2012-84 pages + 4 attachments - References: 9 books + 2 Sumber Online + 4 informants

*Speedy Marketing Communication Strategy for Building Customer Loyalty*  
Telkom is a large scale. In 2006 issued a newest product Telkom Speedy. With many emerging rival internet service, speedy still exist to this day. Problems encountered will be speedy binoculars deskriptifkan approach in communication science point of view. Specific issues raised in this paper is on what and how marketing communication strategy Telkom Speedy in building customer loyalty in Yogyakarta as formula in the formulation of the problem in this paper. This is very important, because as we know that Yogyakarta is one of user's internet service.

Exposure in this paper is to use the approach to marketing communications as part of the development of science communication. Marketing communications in this paper refers to an ongoing process from the one on the other with a variety of forms, not the end goal. That means the process that occurs in marketing communications by Speedy more flexible according to the demands of the situation. Marketing communication theory is only a scientific approach that can be modified in its application and justification or criticism of the theory of marketing communications is something reasonable. The product is not always the same as in the approach to marketing communications. In this paper will be presented in a descriptive approach on problems and solutions that have been and will be taken by Telkom Speedy.

Key Word: Strategy, Marketing, Customer