

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan Promosi Penjualan Produk Speedy Dalam Kegiatan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Kasus Pada program *Broadband Learning Center* yang Diadakan Oleh PT. Telkom Solo)”**

Berdasarkan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, untuk itu karya ilmiah ini dirasakan masih jauh dari sempurna. Pada awal penelitian, penulis mendapatkan dan merasakan beberapa kesulitan namun berkat dukungan, bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Untuk itu dengan segenap hati yang tulus, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Husni Amani selaku Rektor IMT yang telah membantu dalam memperlancar penelitian ini
2. Bapak Refi Rifaldi, ST.,MBA selaku Dekan dan ketua Program Studi Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom yang telah membantu dalam memperlancar penelitian ini.
3. Bapak Hadi Purnama M., Drs. M.Si. selaku pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran,

kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan dan rezeki yang lancar.

4. Kepada kedua orang tuaku tercinta, terima kasih atas doa dan dukungan baik materiil maupun non materiil yang telah diberikan.
5. Adik, saudara sepupu, dan seluruh keluargaku tersayang terima kasih atas doa dan semangatnya .
6. Bapak Dodi Gazali Asisten *Vice President Human Resources* dan Bapak Yeddy Hendrawan staff officer Public Relations PT Telkom Indonesia yang telah memberikan informasi dan keramahan yang diberikan.
7. Bapak Agus Sunarto, ibu Ursilawati, ibu Endang, terima kasih atas kesabaran dan penjelasannya mengenai kegiatan Broadband Learning Center
8. Seluruh staff dan karyawan divisi *Sales Service and Support* PT. Telkom Kandatel Solo terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya
9. Radityo Bayu Wicaksono terima kasih atas doa, dukungan, dan teman untuk berbagi keluh kesah penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

10. Untuk sahabat-sahabatku penghuni kos PBB B-62 Yaya, Sani, Dita, Fini, Pupuj, Denny, Alby, Adit, Ardhi, Yudha, Abi, Ryan, kalian adalah teman seperjuanganku, pemanis masa mudaku, terima kasih atas semua kebahagiaan dan kesusahan yang selalu terbagi bersama, selalu mau mendengarkan keluh kesahku, dan semoga persahabatan kita tidak akan pernah berakhir.
11. Rekan-rekan seperjuangan penelitian kualitatif angkatan 2009 tetap semangat ya, terima kasih atas supportnya khususnya Alfiah yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang komunikasi.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bandung, 29 Juli 2013

Jesyka Puspa Nasrulla

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Halaman Pengesahan

Halaman Pernyataan

Kata Pengantar

Halaman Abstrak

Daftar Isi i

Daftar Gambar iv

Daftar Tabel v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian 1

1.2 Fokus Penelitian 13

1.3 Pertanyaan Penelitian 13

1.4 Tujuan Penelitian 14

1.5 Kegunaan Penelitian

 Aspek Teoritis 14

 Aspek Praktis 15

1.6 Tahapan Penelitian 15

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 17

BAB II TINJAUAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Tinjauan Teori	39
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	39
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	40
2.2.3 Bauran Public Relations	42
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
2.2.5 Promosi Penjualan	52
2.3 Kerangka Pemikiran	59

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	63
3.2 Jenis Penelitian	64
3.3 Subjek/Objek Penelitian	66
3.4 Definisi Konsep	73
3.5 Pengumpulan Data	76
3.6 Uji Keabsahan Data	77
3.7 Teknik Analisis Data	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan	82
4.1.1 Profil Informan	84

4.2 Hasil Penelitian	86
4.2.1 Penerapan Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Telkom Kandatel Solo	86
4.2.2 Bentuk Filantropi PT. Telkom Solo.....	91
4.2.3 Penerapan Promosi Penjualan dalam Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	95
4.3 Pembahasan.....	97
4.3.1 Pemahaman Informan Mengenai CSR	97
4.3.2 Penerapan Bentuk CSR Filantropi dalam <i>Broadband Learning Center (BLC)</i>	101
4.3.3 Kegiatan BLC pada Telkom Solo	111
4.3.4 Manfaat Kegiatan CSR Filantropi	115
4.3.4.1 <i>Reward</i> Finansial bagi Perusahaan.....	120
4.3.4.2 <i>Reward</i> Non Finansial bagi Perusahaan .	122
4.3.5 Kegiatan Promosi Penjualan Speedy dalam <i>Broadband Learning Center</i>	125

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	137
5.2 Saran	139

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	60
Gambar 3.1 Logo Speedy	69
Gambar 4.1 Pesan CEO PT. Telkom Indonesia	87
Gambar 4.2 Peresmian Kegiatan <i>Broadband Learning Center</i> di Pekab Karanganyar oleh Bupati Karanganyar	93
Gambar 4.3 Suasana Pelatihan BLC di Karanganyar.....	94
Gambar 4.4 <i>Four Element of Competitive Context</i>	103
Gambar 4.5 <i>Triple Bottom Line</i> PT. Telkom Indonesia	106
Gambar 4.6 Masa Depan Industri Telkom	113
Gambar 4.7 Kegiatan Pelatihan PT. Telkom dalam media massa...	118
Gambar 4.8 Display Produk Speedy di Kelas BLC.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pelaksanaan kegiatan CSR di Telkom Indonesia	4
Tabel 1.2 <i>Triple bottom line</i> PT. Telkom Indonesia.....	10
Tabel 1. 3 Tahapan Penelitian	19
Tabel 2.1 <i>Literature Review</i>	21
Tabel 2.2 <i>Consumer promotions, Trade Promotion, dan Business and Salesforce Promotion</i>	54
Tabel 2.3 Tujuan Promosi Penjualan yang Diarahkan Pada Pembeli Akhir	56
Tabel 2.4 Tujuan Promosi Penjualan pada Perantara	58
Tabel 3.1 Kelas <i>Broadband Learning Center</i>	72
Tabel 3.2 Definisi Konsep	73
Tabel 4.1 Daftar Informan	83
Tabel 4.2 <i>Significant statement</i> dari informan	97
Tabel 4.3 <i>Significant Statement</i> dari Informan.....	101
Tabel 4.4 Pemahaman Mengenai <i>Broadband Learning Center</i>	111
Tabel 4.5 <i>Significant Statement</i> dari Informan.....	115
Tabel 4.6 <i>Significant Statement</i> dari Informan	125