

BAB III

OBJEK DAN METODE OBSERVASI

3.1 Objek Observasi

Dalam melakukan praktek kerja yang dituangkan dalam laporan tugas akhir, penulis mengambil objek praktek kerja tentang bagaimana pelaksanaan kegiatan bauran promosi yang dilakukakn pada PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih Jl. Japati No.1, Sadang Serang, Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

3.2 Sejarah Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengka *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

3.2.1 Sejarah Logo Perusahaan

Gambar 3.2 Sejarah dan Transformasi Logo Telkom Indonesia



(Sumber : PT. Telkom Indonesia Graha Merah Putih)

Gambar 3.3 Logo PT Telkom Indonesia



(Sumber : PT. Telkom Indonesia Graha Merah Putih)

3.3 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

2. Misi

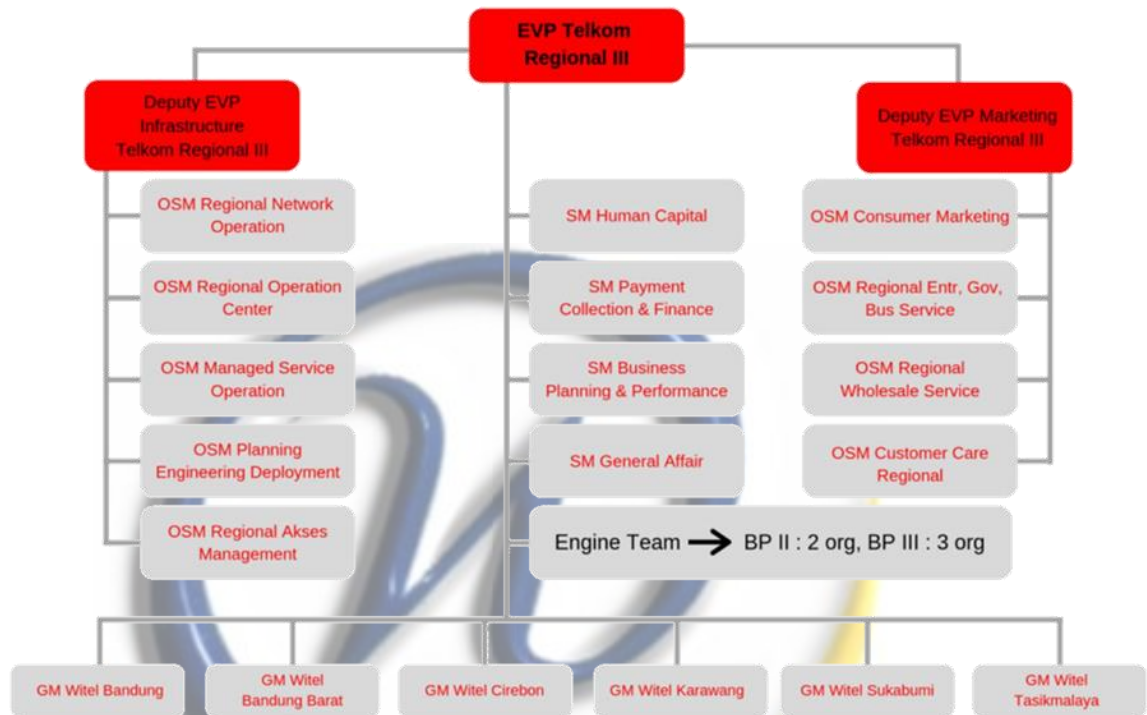
- a. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat di akses oleh seluruh masyarakat.
- b. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

3. Tujuan

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah terbaik bagi para pemangku kepentingan.

3.4 Struktur Organisasi

Gambar 4.3 Struktur Organisasi



(Sumber : PT. Telkom Indonesia Graha Merah Putih)

Uraian Jabatan

a. *Executive Vice President (EVP)*

Kepala Telkom Regional III Jawa Barat bertanggung jawab dalam membangun, memelihara, dan melayani kebutuhan masyarakat dalam memenuhi layanan telekomunikasi, informasi, media, *edutainment* dan *service*. (EVP) dibantu dengan 2 orang *Deputy*, yaitu *Deputy Marketing* dan *Deputy Infrastruktur*.

b. Deputy Marketing

Deputy Marketing bertanggung jawab terhadap layanan, pemeliharaan berdasarkan standar pelayanan, penjualan produk, dan pemasaran. Kesehariannya, *Deputy Marketing* dibantu SM *Consumer Marketing*, SM *Customer Care*, SM *Enterprise Gov Bisnis Service*, dan OSM *Regional Wholesale Service*.

c. Deputy Infrastruktur

Deputy Infrastruktur bertanggung jawab pada pembangunan jaringan fiber optik maupun pemeliharaan jaringan yang lama. Kesehariannya, *Deputy Infrastruktur* dibantu oleh : OSM *Regional Operation Center*, OSM *Engineering Development*, OSM *Manage Service Operation*, OSM *Regional Network Operation*, dan OSM *Regional Access Management*.

Kelompok Support

d. General Affair

Dipimpin oleh seorang *senior manager General Affair* tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap proses pengadaan, evaluasi proyek, dan proses pembayaran proyek. Pengelolaan aset, legalitas bisnis, penyelenggaraan *security and safety*, protokol dan sekretariat, serta penyelenggaraan *public relations*.

e. Human Capital

Dipimpin oleh seorang *senior manager Human Capital* bertanggung jawab mengelola sumber daya manusia yang ada, rekrutasi, dan pemenuhan unit bisnis operasional.

f. Payment Collection & Finance







Dipimpin oleh seorang *senior manager Payment Collection & Finance*. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam proses pembayaran seluruh mitra telkom dan mengumpulkan seluruh pembayaran *billing* pelanggan telkom.

g. Business Planning & Performance

Dipimpin oleh seorang *senior manager*. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam perencanaan pembangunan, perencanaan *budget*, *budget control*, *performance management*, *quality service* dan *revenue assurance*.

3.5 Produk Produk Telkom

Tabel 3.14 Produk produk Telkom Regional III

No	Nama Produk	Logo Produk
1.	Indonesia Digital Home	
2.	Wifi.id	
3.	Collaborative Network Optimization Project	
4.	Telkom Money	
5.	LinkAja	
6.	Use TV	

7.	Iflix	
8.	HOOQ	
9.	CATCHPLAY	
10.	Indonesia Digital School	
11.	Telkomsel	
12.	Interkoneksi Out Going International	INTERKONEKSI Out Going International
13.	Digital Business	DIGITAL BUSINESS

3.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu suatu cara untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan maupun mencatat data. Yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun penelitian Tugas Akhir, kemudian menganalisis faktor faktor yang berhubungan dengan pokok pokok permasalahan sehingga akan didapat satu kebenaran atas data yang diperoleh.

3.7 Desain Penelitian

Penulis melakukan desain penelitian di PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih (Telkom Regional III Jawa Barat) Jl. Japati No.1, Sadang Serang,

Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40133. Maka penulis akan melakukan penelitian pada PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih, untuk menganalisis pelaksanaan bauran promosi pada PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih dengan metode deskriptif kasus. Yaitu suatu metode yang pada tahap pertama penulisan dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan bahan yang diperlukan terlebih dahulu, lalu pada tahap berikutnya penulis mengolah dan membahas sampai pada suatu kesimpulan.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mengambil objek penelitian pada PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih (Telkom Regional III Jawa Barat) Jl. Japati No.1, Sadang Serang, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. Pengumpulan data yang lengkap berhubungan dengan penelitian ini dilakukan dengan *survey*. Dalam teknik perolehan penulisan, menerapkan 3 (tiga) teknik pengumpulan informasi sebagai berikut :

1. Teknik *Interview* (Wawancara)

Dengan mengadakan suatu *interview* yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan narasumber sehingga penulis akan mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan jelas, selain itu juga tentunya akan mendapat jawaban yang bebas dan terbuka dalam usaha pengkajian suatu topik yang dicari.

2. Teknik Pengamatan (Observasi)

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian itu dilakukan. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks. Dengan mengadakan observasi langsung dilapangan maka informasi yang

dikumpulkan dan diterima akan memiliki tingkat kebenaran yang tinggi (ada validasinya), dengan begitu dapat menggambarkan lingkungan fisik dari topik yang sedang dikaji.

3. Teknik Studi Literatur

Teknik studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku - buku, yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai teori – teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi / diteliti sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian.

3.9 Data yang Digunakan

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data berdasarkan sumbernya. Data dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Data Primer

Data yang didapat peneliti secara langsung dari tangan pertama. Yang didapat dengan hasil *survey* kunjungan dan hasil dari wawancara dengan narasumber.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dapat berupa dokumentasi, catatan, bukti serta laporan historis.