

## KATA PENGANTAR

Al-hamdu lillahi robbil' alamin atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “Aktivitas *Personal Selling* oleh *Business Account Manager* di Perseroan Terbatas Telekomunikasi Indonesia Terbuka Witel Banten Timur” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D. , selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 2) Carly Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.comn., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 3) Rose Emmaria Tarigan, S.Sos.M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 4) Elfi, S.E., M.M., selaku Dosen Co Pembimbing yang telah membantu memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 5) Seluruh dosen Universitas Pelita Harapan, Khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama ini, dan juga kepada seluruh staff karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat banyak membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
- 6) Ario Jen Pinangdito, SH dan Mas Sri Nurul Wahyuni selaku orangtua penulis, juga Tiaradiva selaku adik penulis yang telah memberikan dukungan, doa,

nasehat dan bantuan yang tidak berhenti sampai penulisan tugas akhir ini selesai.

- 7) Seluruh karyawan Divisi *Business Service* PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur yang merupakan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang dan banyak memberikan pengajaran juga pengalaman baru bagi penulis dan memberikan bantuan, maupun seluruh data yang dibutuhkan penulis dalam membuat laporan dari tahap awal hingga akhir
- 8) Teman-Teman Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya *Konsentrasi Integrated Marketing Communication* Genap yaitu Airine Willianty, Anastasia Unira, dan Maria Margareth yang telah berjuang bersama dari awal masuk sampai semester terakhir
- 9) Sameer Afifi Bahanan, Niluh Kade Oktariani, Mitra Hanifah, Giavinni, Laurentia Anggun, Dieta Ariesta, Ratih Puspita Nasution, Hana Qonita, yang terus memberikan semangat, bantuan dan doa dari awal pembuatan hingga akhir pembuatan laporan magang
- 10) *Partner* Barista Starbucks Debenhams Karawaci yang memberikan semangat dalam mengerjakan laporan magang

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Karawaci, 16 Desember 2015

Tresandini

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSYARATAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Tujuan Magang .....	5
I.3 Ruang Lingkup dan Batasan Magang .....	6
I.3.1 Ruang Lingkup Magang.. .....	6
I.3.2 Batasan Magang.. .....	6
I.4 Lokasi dan Waktu Magang .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 Komunikasi .....	9
II.1.2 Komunikasi Persuasif .....	10
II.2 Proses Komunikasi .....	11
II.3 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	13
II.4 <i>Marketing Mix</i> .....	14
II.5 <i>Integrated Marketing Communication</i> .. .....	15
II.6 <i>Personal Selling</i> .....	19
II.6.1 Manfaat <i>Personal Selling</i> .....	22
II.6.2 Tujuan <i>Personal Selling</i> .....	23
II.7 <i>Business to Business Market</i> .....	25
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN</b>	
III.1 Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk .....	27
III.1.2 Tentang Telkom Group .....	29
III.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	30
III.3 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	31
III.4 Struktur Kedudukan Unit <i>Business Service</i> di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur .....	33
III.5 Kegiatan Unit <i>Business Service</i> di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur.....	35
III.6 Profil pelanggan Unit <i>Business Service</i> PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Banten Timur: PT. Global Maju Bersama .....	38
III.7 Kegiatan Ruang Lingkup Administrasi .....	39

	III.8 Kegiatan Ruang Lingkup Operasional .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN</b>	
	IV. 1 Uraian Magang.....	42
	IV. 2 Pembahasan.....	52
	IV.2.1 Penerapan Komunikasi oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam <i>personal selling</i> pada PT Global Maju Bersama.....	52
	IV.2.1.1 Penerapan Komunikasi Persuasif oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam Personal Selling pada PT Global Maju Bersama.....	53
	IV.2.2 Proses komunikasi oleh oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam <i>personal selling</i> pada PT Global Maju Bersama.....	54
	IV.2.3 Pemasaran oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam <i>personal selling</i> pada PT Global Maju Bersama.....	56
	IV.2.4 <i>Marketing Mix</i> oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam <i>personal selling</i> .....	57
	IV.2.5 <i>Intergrated Marketing Communication</i> oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur <i>personal selling</i> pada PT Global Maju Bersama.....	59
	IV.2.6 <i>Personal selling</i> oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur pada PT Global Maju Bersama.....	63
	IV.2.6.1 Manfaat <i>Personal Selling</i> oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur pada PT Global Maju Bersama.....	69
	IV.2.6.2 Tujuan <i>Personal Selling</i> oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur pada PT Global Maju Bersama.....	70
	IV.2.7 Kekuatan <i>personal selling</i> oleh PT Telkom Indonesia, Tbk Witel Banten Timur secara umum.....	72
	IV.2.7.1 Kelemahan <i>personal selling</i> oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur secara umum.....	72
	IV.8 <i>Business to Business Market</i> oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Banten Timur dalam <i>personal selling</i> pada PT Global Maju Bersama.....	73
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	V. 1. Kesimpulan .....	76
	V. 2. Saran .....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>
	<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Persuasi secara rasional .....	10
Gambar 2.2 Proses Persuasi secara emosional .....	11
Gambar 2.3 Proses Komunikasi .....	11
Gambar 2.4 <i>Personal Selling Process</i> .....	20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk .....	31
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Unit Business Service .....	35
Gambar 4.1 Proses <i>personal selling</i> oleh <i>Business Account Manager</i> PT. Telkom secara umum .....	44
Gambar 4.2 Proses <i>personal selling</i> oleh <i>Business Account Manager</i> PT. Telkom dengan PT. Global Maju Bersama.....	45
Gambar 4.3 Aplikasi CCF <i>customer care</i> Flexi .....	47
Gambar 4.4 Proses Komunikasi .....	54
Gambar 4.5 Brosur <i>upgrade</i> Flexi ke Telkomsel.....	61
Gambar 4.6 <i>Personal selling process</i> .....	64
Gambar 4.7 Daftar nomor <i>Business Customer</i> .....	65
Gambar 4.8 Kontrak penyerahan <i>handset</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Surat Permohonan Magang dari Jurusan.....	A-1
Surat keterangan magang dari Perusahaan.....	A-2
Lembar monitoring Bimbingan Magang.....	A-3
Lembar Uraian Tugas.....	A-4
Daftar Evaluasi Kinerja Tahap Awal .....	A-5
Daftar Evaluasi Kinerja Tahap Akhir .....	A-6

### LAMPIRAN B

Foto dokumentasi aktivitas penulis sebagai <i>Business Account Manager</i> .....	B-1
Slide presentasi <i>upgrade</i> Flexi ke Telkomsel .....	B-4
<i>Minutes of Meeting</i> .....	B-5
KBFS (Kontrak Berlangganan Format Standar) .....	B-6



