

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Yang atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Tinjauan pelaksanaan kegiatan promosi jaringan telepon rumah yang dilengkapi fasilitas Triple play PT.Telkom Regional III Jawa Barat”.Penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.

Laporan Tugas Akhir ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak disengaja, oleh karena itu penulis ingin meminta maaf.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., PhD selaku rektor Telkom University
2. Kepada kaprodi D3 Manajemen Pemasaran Bapak Ganjar Mohamad Disastra S.H, MM.
3. Bapak Drs. Dadang Iskandar, MM selaku pembimbing, dosen, yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini serta memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
4. Kedua orang tua tercinta, Agus Irawan dan Tuti yulianti yang telah membesarkan penulis dan selalu memberikan nasihat, dukungan, dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dan menjadi orang yang berguna untuk semua.
5. Seluruh Dosen D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagipenulis serta staf-staf yang secretariat D3 Manajemen Pemasaran yang telah membantu kelancaran dalam mengurus administrasi penulis selama kuliah di Institut Manajemen Telkom.
6. Kedua saudara kandung tercinta, Devi Rizky Irawan Putri dan ViraYuniar Irawan Putri yang telah memberikan dukungan dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh teman-teman D3 Manajemen Pemasaran 2009, 2010, 2011 terutama Fajar Riswantoro, Risella, Yuny, Juny, Dedi Ardila, Annisa Rachmani, Dyah Ayu, Liona, Indri yang telah memberikan pelajaran yang berguna bagi penulis.
8. Sahabat seperjuangan Azmy Azza Rahmita W, Satria Adi Nugroho, Niken YS, Alфина Kautsar Primadani, Dian Novita Sari, Rado Alan Sura, Selvia Primanita, Odeta levelina, Fitriandini, Dian Poppy Suzana, Diyah A, Hagia Mufti, Siti Sarah.
9. Seluruh staf PT Telkom Regional III Bandung divisi *Marketing Intelegant* serta teman teman magang yang telah bekerjasama dan membantu membimbing pada saat kegiatan magang.

Akhir kata penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, Oktober 2013

Penulis,

Sicilia Caesar Irawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Produk Telkom	4
1.1.5 Struktur Organisasi	8
1.2 Latar Belakang Objek Observasi	11
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Observasi	16
1.5 Kegunaan Observasi	16
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	17
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	18
2.1 Tinjauan Teori	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	20
2.1.4 Edukasi Pasar	25
2.1.5 Pengertian Promosi	26
2.1.6 Pengertian Bauran Promosi	27
2.1.7 Jenis-Jenis Bauran Promosi	28
2.2 Metode Penelitian	33
2.2.1 Metode yang digunakan	33
2.3 Pembahasan	34
2.3.1 Promosi yang telah dilakukan Telkom untuk sosialisasi program jaringan <i>Triple play</i> ...	34
2.3.2 Benefit yang didapatkan pelanggan setelah line teleponnya di-upgrade menjadi	

line broadband	36
2.3.3 Alasan Konsumen dalam Memilih Produk Internet Service Provider (ISP)	38
BAB III Kesimpulan dan Saran.....	41
3.1 Kesimpulan.....	41
3.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN	45

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Logo Perusahaan.....	4
GAMBAR 1.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Regional III Jabar	10
GAMBAR 1.3 PT. Telkom regional III Jl. WR. Supratman	11
GAMBAR 1.4 Logo Produk Speedy	14
GAMBAR 2.1 Proses Komunikasi	21
GAMBAR 2.3.1 Mini Kuisisioner.....	35
GAMBAR 2.3.2 Brosur Promosi Upgrade jaringan oleh PT. Telkom	38
GAMBAR 2.3 Contoh Kuesioner Pameran Komputer Landmark Bandung	38
GAMBAR 2.3.4.Diagram Produk ISP	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA DENGAN ASISTEN MANAJER <i>DEVISI MARKETING INTELEGENT</i>	46
LAMPIRAN B Data Hasil Rekap Kuisisioner Pameran Komputer Landmark Bandung	51