

## Strategi komunikasi sosialisasi reposisi PT Indosat Tbk

Diah Natarina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71840&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Indosat adalah salah satu BUMN yang mendapat hak eksklusifitas dari pemerintah untuk menyelenggarakan jasa telepon internasional. Sebagai perusahaan publik, Indosat berusaha konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan meluasnya penggunaan teknologi informasi di berbagai aplikasi, Indosat merasa perlu untuk menyesuaikan diri agar tidak terjadi kesenjangan terutama untuk jasa yang diselenggarakannya. Maka pada RUPS bulan April 2000 lalu, Indosat resmi mengumumkan reposisi strategi bisnisnya dari penyelenggara jasa telepon internasional ke full service network provider berbasis Protokol Internet. Hal ini juga sebagai langkah menyikapi Undang-undang Telekomunikasi No. 36 tahun 1999 yang akan mulai berlaku September 2000 berisi kerangka acuan bagi industri telekomunikasi di Indonesia yang lebih terbuka dan kompetitif juga untuk peluang penyertaan modal asing. Pelanggan korporasi adalah salah satu publik Indosat yang banyak memberikan kontribusi dalam hal pemasukkan dana atas pemakaian jasa yang diselenggarakan. Reposisi yang dilakukan Indosat adalah sesuatu yang haru dikomunikasikan kepada publik termasuk pelanggan korporasi lewat cara tertentu.

<br /><br />

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi komunikasi sosialisasi reposisi Indosat kepada pelanggan korporasi, berikut mencari faktor-faktor apa saja yang mendukung strategi tersebut berdasarkan informasi eksternal Indosat. Hal ini dilakukan juga untuk memberi masukan bagi Indosat dari perspektif akademisi dan hasil penelitian yang didapat memiliki objektivitas yang tinggi.

<br /><br />

Teori komunikasi pemasaran terpadu dan manajemen kehumasan dipakai dalam mencari jawaban atas permasalahan pada tesis ini. Sedangkan metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik delphy dan bersifat eksploratif kualitatif, melibatkan wawancara mendalam terhadap beberapa pakar dari berbagai disiplin, pengamatan langsung dan data sekunder.

<br /><br />

Hasil dari penelitian adalah sebelum merancang suatu strategi banyak hal yang mendahuluinya. Antara lain citra perusahaan yang baik, peraturan pemerintah yang mendukung, produk dan pelayanan yang sudah matang terlebih Indosat menjual produk teknologi, riset pasar, penentuan target dalam hal ini pelanggan korporasi serta posisi baru mereka. Semua ini ditentukan oleh Indosat jika tidak ingin datanya diketahui pihak luar. Setelah itu baru menyusun strategi komunikasinya. Berhubung muatan edukasinya besar untuk proses pembelajaran teknologi berbasis protokol internet, maka porsi komunikasi lini bawah lebih besar daripada komunikasi lini atas yang dalam hal ini berguna untuk image building dan product awareness.