BAB I

PENDAHULUAN

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

1. 1. Sejarah Perusahaan

Latar belakang dibentuknya perusahaan adalah dimulai pada tanggal **9 Juni 1967** dengan ditandatanganinya perjanjian antara Pemerintah RI dengan *International Telephone and Telegraph Corporation* (ITT) tentang pembangunan dan pengoperasian komunikasi satelit.

Pada tanggal **20 November 1967**, PT. Indosat (*Indonesia Satelite Corporation*) dibentuk dan menjadi perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) kedua di Indonesia. Setelah itu, pada tanggal **31 Desember 1980** Saham PT. Indosat 100% dimiliki Pemerintah RI melalui pembelian seluruh saham ITT dan menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) penyelenggara telekomunikasi Internasional untuk umum. **1982-1989**, Indosat membangun Sentral Gerbang (SGI) 2 Medan, SGI- 1 Jakarta, SGI-3 Batam, dan SGI-4 Surabaya dan berbagai fasilitas Sistem Komunikasi Kabel Laut (SKKL).

Pada tahun 1989, dimulailah Era kompetisi telekomunikasi internasional sesuai dengan *UU no. 3 tahun 1989* tentang telekomunikasi. Dengan adanya kompetisi tersebut, perkembangan saham perusahaan cukup pesat, maka pada tanggal **18 Oktober 1994** Indosat menawarkan saham di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), dan New York Stock Exchange, sehingga resmi menjadi perusahaan public/ terbuka.

Dengan adanya pengakuan tersebut, maka pada tanggal **6 Desember 1995** Presiden RI meresmikan berbagai prasarana baru, antara lain:

- SGI 4 Surabaya.
- SB Satelit Komunikasi Internasional Bukit Mata Kucing, Batam.
- Stasiun Transmisi Satelit Komunikasi Internasional Banyuurip, Gresik.
- SB Komunikasi Inmarsat Jatiluhur, Purwakarta.
- Antena JAH 5A, Jatiluhur, Purwakarta.
- Pusat Pendidikan dan Latihan Jatiluhur.

Setelah 5 tahun ke depan, pada tanggal **8 September 2000** diadakan implementasi peraturan perundangan di sektor telekomunikasi yaitu pada *UU no. 36 tahun 1999*.

Semakin baiknya perekonomian Indonesia yang berpenduduk lebih dari 220 juta jiwa dengan tingkat penetrasi baru sekitar 8%, menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan jasa telekomunikasi. Maka dari keluarnya *Undang-Undang Pemerintah No. 36 tahun 1999* tersebut, pemetintah mengimplementasi peraturan perundangan dengan merubah secara mendasar pengelolaan telekomunikasi di Indonesia dari sistem monopoli ke kompetisi penuh, dan ini menjadi latar belakang perubahan regulator di bisinis telekomunikasi serta perubahan teknologi komunikasi pada saat itu.

Perubahan ini mendorong masuknya banyak operator baru, baik domestik maupun asing ke industri telekomunikasi nasional. Maka kebutuhan telepon tetap

(*fixed access*) bergeser menjadi seluler (*mobile access*) dan dari seluler ke telepon tetap nirkabel (*fixed wirless accesss*).

Indosat sebagai salah satu operator telekomunikasi terkemuka di Indonesia melakukan transformasi bisnis utamanya dari penyelenggara Sambungan Langsung Internasional (SLI) ke penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi lengkap dan terpadu (*Full Network & Service* Provider/ FNSP). Transformasi yang dilakukan Indosat menuju FNSP ini dimulai pada awal tahun **2000**, dan menetapkan strategi "4 in 1" dengan membagi bisnis utamanya menjadi 4 bagian yaitu: pengembangan jaringan, telekomunikasi tetap, seluler (*mobile*), dan pengembangan Multimedia, Komunikasi Data, dan Internet (MIDI) dengan berusaha untuk mewujudkan visi Indosat pada saat itu adalah: "**Menjadi Penyelenggara telekomunikasi terpadu kelas dunia**".

a) Pengembangan jaringan

Dengan mengembangkan sarana untuk memperluas jaringan telekomunikasi, diharapkan Indosat dapat menjadi alternatif terbaik untuk jasa telekomunikasi di seluruh Indonesia.

b) Bisnis telekomunikasi tetap

Pada saat sebelum munculnya jasa alternatif *Internet Protokol*(IP), pendapatan terbesar Indosat dikontribusi oleh SLI. Dengan masuknya jasa pengganti seperti *Voice Over Internet Protokol* (VoIP), serta semakin berkembangnya bisnis seluler, mengakibatkan masuknya kompetiter ke bisnis SLI yang dari tahun ke tahun semakin menurun. Maka penurunan bisnis ini

Proses Tukar Guling diatas menyebabkan sebagian besar kepemilikan saham di Satelindo (75%) dikuasai oleh Indosat. Namun sisa dari kepemilikan saham Satelindo (25%) yang dimiliki oleh DT Mobile tidak berjalan optimal, sehingga saham dari Satelindo tersebut diambil alih sepenuhnya (100%) oleh Indosat pada bulan **Juni 2002**. Pengambil-alihan ini menjadikan Satelindo sebagai anak perusahaan baru di Indosat. Dengan demikian melalui kedua anak perusahaan (IM3 dan Satelindo) secara resmi Indosat mulai masuk ke bisnis seluler.

d) Pengembangan MIDI (*Multimedia, Komunikasi data & Internet*)

Untuk lebih memfokuskan diri di bisnis multimedia, internet, dan komunikasi data maka Indosat mendirikan anak perusahaan baru yang diberi nama IM2 (*Indosat Mega Media*). Sebelum IM2 menjadikan MIDI sebagai bisnis utamanya, Indosat memiliki anak perusahaan lain dengan bidang bisnis yang sama yaitu Indosatcom dan Sisindosat.

Pada tahun yang sama, Indosat juga menguasai sebagian besar kepemilikan di Lintasarta melalui proses tukar guling Indosat-Telkom. Dengan demikian, terdapat 4 (empat) anak perusahaan Indosat yang menangani bisnis MIDI yaitu: IM2, Indosatcom, Sisindosat, dan Lintasarta.

1. 1. 1. Pembentukan Indosat Group

Indosat Group terbentuk dalam usaha persaingan bisnis telekomunikasi pada saat ini dengan melakukan privatisasi perusahaan pada tahun 2002, dari BUMN menjadi PMA yang juga memiliki sumber dayanya yaitu termasuk ke enam anak

perusahaannya yang terdiri dari: Indosatcom, Satelindo, IM3, IM2, Lintasarta, dan Sisindosat. Namun dalam rangka mengoptimalkan sumber daya yang ada, Indosat Group melakukan penggabungan (*Spin Off*) Indosatcom ke IM2 pada tanggal **31 Desember 2002**. Dengan demikian, jumlah anggota kelompok usaha Indosat Group berubah, menjadi:

a) PT. Indosat, yang bergerak di bidang telekomunikasi tetap (SLI 001, Indosat Operator 101/104,dll.) dan MIDI Services (Frame Net, IVPN, dll.), Backbone Network (World Link, ISDN, dll.) dan Mobile Communication (GEO-7).

b) PT. Satelindo, yang bergerak di bidang : telekomunikasi tetap (SLI 008, Operator 181/187, dll), dan telekomunikasi Seluler (Matrix, Mentari), MIDI dan Backbone Network (Palapa C Satellite, Palapa Net, dll.).

c) PT. Indosat Multi Media Mobile (IM3), yang bergerak di bidang telekomunikasi seluler (IM3 Smart dan IM3 Bright).

d) PT. Indosat Mega Media (IM2), yang bergerak di bidang MIDI Services (IndosatNet, TV Cable).

e) PT. Lintasarta, yang bergerak di bidang MIDI (Frame Relay, SDL, VSATNet, dll.).

f) PT. Sisindosat, yang bergerak di bidang MIDI Services (e-Technology, e-Development, e- Services, dll.).

Dengan adanya pembentukan Indosat Group tersebut, pada akhir bulan **Juli 2002**, Indosat mencetuskan program transformasi menuju Indosat Baru.

Diharapkan dengan terlaksananya proses transformasi ini, maka diperoleh peningkatan nilai perusahaan, terbentuknya struktur finansial yang kuat, peningkatan posisi persaingan yang kuat di bisnis seluler dan peningkatan efisiensi utamanya dalam pengeluaran modal.

Dalam program transformasi tersebut, Indosat telah menggariskan bisnis Telekomunikasi Tetap, Bisnis Seluler, dan Bisnis MIDI sebagai bisnis inti Indosat Group.

Untuk merealisasikan program transformasi menuju Indosat Baru, maka pada tahun 2002 dibentuk "Tim Transformasi Menuju Indosat Baru" yang bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama Indosat. Terdapat tiga sasaran yang ingin disapai oleh Tim Transformasi Menuju Indosat Baru, yaitu:

1) Mempersiapkan tatanan perusahaan yang terfokus pada bisnis seluler, sehingga perusahaan dapat tumbuh secara agresif dan dapat mencapai skala ekonomi yang penting bagi peningkatan profitabilitas (melalui penyatuan Satelindo dan IM3 ke Indosat yang menjadi satu unit usaha baru, yaitu "Indosat Baru").
2) Mempertahankan bisnis SLI dan mengembangkan bisnis *Fixed Access* (Telepon Tetap).
3) Menciptakan nilai tambah baru dari protofolio MIDI.

Pada tanggal 20 November 2003 lalu bertepatan dengan HUT Indosat ke- 36, secara resmi telah dilakukan penanda-tanganan penggabungan usaha Satelindo, IM3, dan Bimagraha ke Indosat (*Merger Vertical*).

Langkah awal yang dilakukan oleh Indosat Baru (setelah *merger vertical*) adalah menyamakan persepsi tentang langkah strategis yang akan diambil oleh seluruh unit kerja dilingkungan internal perusahaan. Oleh karena itu, Indosat Baru mengubah visi, misi, dan nilai perusahaannya.

1. 1. 2. Visi, Misi, Nilai, dan Logo Perusahaan

Visi Indosat adalah:

"Menjadi penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi terpadu berfokus seluler/ *wireless* yang terkemuka di Indonesia".

*Berdasarkan Nota Dinas Direksi Indosat *No. 060/ Direksi/ 2003* tanggal 16 desember 2003)

Misi Indosat adalah:

1. **Menyediakan dan mengembangkan produk, layanan dan solusi yang inovatif dan berkualitas untuk memberikan manfaat yang terbaik bagi pelanggan.**
2. **Meningkatkan *shareholder values* secara terus menerus.**
3. **Mewujudkan kualitas kehidupan stakeholder yang lebih baik.**

Nilai Perusahaannya adalah: **"Insan Gemilang"**

1. INTEGRITAS

   Menjunjung tinggi kejujuran, loyalitas, tanggung jawab, dan dedikasi.

2. KERJA SAMA

Saling percaya dan saling membantu dan memberikan seluruh kemampuan untuk menghasilkan kinerja terbaik bagi perusahaan.

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

3. KEUNGGULAN

Komitmen memberikan yang terbaik.

4. KEMITRAAN

Menjunjung tinggi kejujuran, loyalitas, tanggung jawab, dan dedikasi.

5. FOKUS PADA PELANGGAN

Mencapai hasil melebihi harapan pelanggan/ pemakai untuk mewujudkan kepuasan pelanggan/ pemakai.

Logo Indosat adalah:

INDOSAT

Gambar 1.1. Logo Indosat

Logo tersebut merupakan logo Induk perusahaan PT. Indosat (Persero) Tbk. yang telah ada sejak saat Indosat berdiri.

Logo IM3 bermuara pada simplicity dan modernity. Sebagai semangat dan nafas baru dari dunia *mobile telecommunication* di Indonesia.

INDOSAT IM3

Gambar 1.2. Logo Indosat-M3

Warna **LimeGreen** yang mencerminkan logo IM3, **Biru** mencerminkan logo Matrix, dan **Oranye** logo Mentari yang berasal dari

Satelindo (penggabungan Indosat dan Satelindo) dengan maksud simbol yang ceria, gembira dan segar. **Hitam** menggambarkan kesan kokoh dan solid. Bentuk lingkaran mencerminkan kokoh. Gradasi bentuk menggambarkan pertumbuhan, perkembangan dan gerak yang dinamis.

Gambar 1.3 Logo Gabungan Indosat



Logo ini digunakan pada saat merger Indosat dan Satelindo. Sehingga 3 logo berbentuk bulat pada Indosat-M3 diibaratkan dengan penggabungannya.

Tiga buah refleksi dari Indosat M3 :

"Today, Tomorrow and the Future"

1.1. 3. Produk & Jasa Perusahaan

Produk perusahaan terdiri dari:

a. IM3 SMART (0856)

Smart adalah produk pra-bayar IM3 yang pembayarannya dibayar dimuka dengan membeli voucher. Produk ini , pelanggan dapat dengan mudah mengetahui sisa pulsa kapan saja.

Nomor akses IM3 Smart adalah 0856 XX XXXXX

b. IM3 BRIGHT (0855)

Bright adalah produk pasca-bayar IM3. Modus pembayaran dilakukan perbulan dan pelanggan dapat mengetahui rincian panggilan yang dilakukan.

Nomor akses IM3 Bright adalah : 0855 XX XXXXX

- ***Features* Produk IM3**

❖ ***Call Line Identification Presentation* (CLIP)**

CLIP adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk memunculkan nomor telepon pemanggil pada mobilephone pelanggan IM3. Jika pelanggan telah memasukkan nomor tersebut ke direktori telepon maka yang tertera pada handset adalah nama pemanggil. Dengan fasilitas ini pelanggan dapat dengan cepat mengetahui identitas lawan bicaranya.

❖ ***Call Line Identification Restriction* (CLIR)**

CLIR adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk tidak memunculkan nomor telepon pelanggan IM3 pada mobilephone yang dipanggil yaitu dengan cara menekan #31# yang diikuti oleh nomor tujuan. Dengan fasilitas ini pelanggan dapat menyembunyikan identitasnya terhadap lawan bicara.

❖ ***Call Forward / Divert***

Call Forward adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk mengalihkan panggilan ke nomor telephone lain atau voice mailbox. Panggilan dapat dialihkan berdasarkan :

a. Kehendak pelanggan IM3

b. Pengalihan otomatis ke voice mailbox untuk kondisi :

- Tidak ada jawaban (no reply).
- Mobile phone dimatikan atau berada di luar jangkauan (on unreachable).
- Sedang sibuk (on busy).

❖ ***Call Barring***

Call Barring adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk memblokir/mencegah telephone masuk (incoming calls) atau telephone keluar (outgoing calls). Call barring dapat diaktifkan untuk kondisi-kondisi berikut :

1. Semua panggilan keluar.
2. Semua panggilan masuk.
3. Semua panggilan keluar Internasional.
4. Semua panggilan masuk Internasional.
5. Semua panggilan masuk ketika roaming internasional.

Kondisi diatas juga sangat tergantung dari jenis handphone yang digunakan pelanggan.

❖ ***Call Waiting***

Call Waiting adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk

mengaktifkan nada peringatan pelan yang mengindikasikan adanya panggilan telephone lain yang sedang menunggu sementara pelanggan sedang melakukan percakapan telepone.

❖ ***Call Hold***

Call Hold adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk menahan (hold) percakapan yang sedang berlangsung untuk :

1. Menerima/menjawab panggilan lain tanpa memutuskan percakapan.
2. Melakukan panggilan tanpa memutuskan percakapan.
3. Berbicara secara pribadi dengan teman di samping dan tidak ingin penelpon mendengarkan pembicaraan tersebut.

❖ ***Call Conference***

Call Conference adalah layanan yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembicaraan dengan beberapa tujuan sekaligus dalam waktu yang bersamaan, dimana semua pihak dapat saling berbicara dan mendengarkan satu dengan lainnya.

❖ ***Short Message Service*** **(SMS)**

SMS adalah memungkinkan pelanggan untuk mengirim dan menerima pesan dalam format tulisan dengan kapasitas 160 karakter.

❖ ***Voice Mail Box***

Voice Mail Box (Basic) adalah kotak pesan dalam format suara (voice) yang diberikan ke setiap pelanggan IM3 untuk merekam pesan suara dari pihak lawan bicara yang kesulitan / gagal menghubungi akibat pelanggan sedang berada di luar jangkauan, mobile phone tidak aktif, atau sedang berbicara (busy).

❖ ***M3-Circuit Switched Data*** **(M3-CSD)**

CSD adalah fasilitas dimana pelanggan dapat menggunakan mobile phone untuk mengirim dan menerima fax dan data yang tentunya didukung oleh fasilitas dari handphone si pelanggan.

❖ ***Wireless Application Protocol*** **(WAP)**

WAP adalah sebuah protocol, teknologi untuk menghubungi internet dengan ponsel pelanggan IM3. Teknologi WAP ini adalah seperangkat spesifikasi berdasarkan HTML yang memungkinkan data internet untuk bekerja di alat wireless. Pelanggan IM3 dapat mengakses internet dengan menggunakan ponsel dan halaman situs akan ditampilkan pada tarif ponsel.

❖ ***Info On Demand*** **(IOD) atau M3** ***Access***

IOD (M3 Access) dapat digunakan untuk mengakses news, horoscope, foreign exchange (forex), cinema ataupun download (logo dan ringtone).

❖ ***General Packet Radio Service*** **(GPRS)**

GPRS adalah jaringan data berkecepatan tinggi yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses Internet (mengirim/menerima) data dengan lebih cepat dan dapat dilakukan setiap saat tanpa melalui dial-up terlebih dahulu. Kecepatan transfer data 115 Kbps.

❖ **M3-*Transfer***

Adalah layanan special bagi pengguna kartu pra bayar IM3, dimana pengguna dapat mentransfer sejumlah pulsa ke pelanggan kartu prabayar IM3 yang lain. Begitu mudah dan praktis hanya dengan biaya transfer Rp. 1000,-.

❖ **IM3** ***Free Roaming***

Yaitu pengguna IM3 Smart bebas menerima panggilan baik itu nasional maupun internasional.

c. MENTARI

Dengan kapasitas SIM *Card* 32 Kb, kartu Mentari dapat menyimpan 250 memori *Phone Book* dan 30 memori SMS, Mempunyai menu *Browser* Satelindo @ccess (layanan mobile data service dari satelindo dimana pelanggan akan mudah mendapatkan informasi terkini mulai dari politik, olahraga, hiburan, gossip,dan restaurant, bahkan ramalan nasib dimanapun dan kapanpun melalui menu Browser). dan personalized PIN/PUK.

- ***Coverage***

Mentari hadir dengan ***Coverage Nasional*** dan ***Internasional*** sebagai tahap awal menjangkau Singapore dan Malaysia dan dilanjutkan tahap berikutnya yaitu Negara kawasan Asia, Eropa dan Australia.

- ***Features***

❖ Melakukan panggilan dengan men-dial *100*[country _code][B-number]#

❖ Menerima panggilan.

❖ Kirim SMS dengan massage center +6281615 atau +62816124

❖ Menerima SMS secara gratis.

❖ Menggunakan satelindo @ccess

❖ CEK PULSA secara GRATIS dengan men-dial *101#

❖ ISI PULSA secara GRATIS dengan men-dial *102*[13 digit voucher code]#

*Ketentuan Saldo Minimum.

- Minimum saldo untuk melakukan panggilan adalah Rp. 25.000.
- Minimum saldo untuk menerima panggilan adalah 1 unit charging.
- Minimum saldo untuk mengirim SMS adalah senilai tariff SMS tersebut.

- **Tarif**

Tarif dibebankan untuk :

- Melakukan panggilan.
- Menerima panggilan.
- Mengirim SMS.
- Menggunakan satelindo@ccess
- Perhitungan tariff untuk melakukan dan menerima panggilan adalah per 30 detik.
- Tarif SMS dibebankan jika SMS sampai ke nomor tujuan.
- Tariff penggunaan satelindo@ccess adalah SMS MO dan SMS MT.

➢ **Gratis Roaming Nasional dan Internasional**

Bebas biaya pada saat menerima telepon darimana saja, dan kapan saja dari seluruh tanah air dan Negara yang sudah ditentukan.

➢ **Bebas Terima Telepon Dan SMS Walaupun Pulsa Habis**

Komunikasi tetap terjalin karena tetap dapat menerima telepon atau sms walaupun pulsa anda habis.

-SMS *Refund*

Anda hanya dibebankan biaya jika SMS tersebut sampai ke tujuan.

-Pulsa tidak hangus pada masa tenggang

Sisa pulsa anda tetap akan dihitung atau diakumulasi dengan voucher anda jika melakukan isi ulang pada massa tenggang.

➢ **Tarif Murah dengan *Single Tarif* untuk percakapan**

Memberlakukan tariff panggilan yang sama baik local maupun SLJJ kesemua satelindo tanpa batasan waktu selama 7 hari seminggu sepanjang tahun.

Memberlakukan tariff panggilan SLJJ yang sama untuk ke PSTN maupun ke selular lain tanpa batasan waktu selama 7 hari seminggu sepanjang tahun.

➢ **Isi Ulang Dan Cek Saldo**

Memiliki banyak cara untuk melkukan isi ulang dan mengecek saldo yang tersisa antara lain :

Cara isi ulang dan cek saldo, melalui:

- USSD (Riang).
- IVR (555).
- SMS (777).
- Menu Browser.
- E-pay.

➢ ***Call Waiting***

Call Waiting yaitu Fitur yang mengindikasikan adanya panggilan lain berupa nada peringatan pada saat pelanggan sedang melakukan percakapan. Fitur tersebut diberikan ke pelanggan by default.

➢ ***Call hold***

Fitur yang memungkinkan pelanggan menahan percakapan, baik untuk menerima telepon lain yang masuk atau melakukan pemanggilan lain. Fitur tersebut diberikan ke pelanggan *by default*.

➢ ***Mobile/SMS Banking***

Jasa layanan perbankan yang menggunakan media pesan dan perintah SMS untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi, perbankan secara cepat dan aman antara lain informasi saldo/balance, informsi penerimaan pembayaran, transksi transfer, dan lain-lain.

d. MATRIX

Matrix yaitu produk SIM Card pasca bayar pertama di Indonesia yang memberikan keunggulan layanan tambahan melalui Menu *Browser* Satelindo @ccess.

Kartu Matrix 64 Kb ini merupakan pengembangan dan penyempurnaan dari kartu pasca bayar satelindo sebelumnya. Keunggulan kartu Matrix 34 Kb adalah mempunyai spesifikasi yang lebih canggih dengan beragam fitur yang memudahkan pelanggan untuk berbagai keperluan

Matrix dengan beberapa kelebihan :

- GSM *Phase* 2+.
- GSM 900/1800 (*Dual Band*) dapat roaming di jaringan GSM 900/1800/1900/CDMA.
- 30 Memori SMS & lebih dari 500 memori phone book .
- Group SMS.
- Menu *Browser* Satelindo @ccess (menu versi baru).
- Menu *Edit on* Satelindo @ccess.
- *Mobile Office Aplication.*

- Dapat mengirim *E-mail* kemanapun.

❖ **Roaming Internasional**

Terhitung sejak bulan February 2003, Matrix Internasional Roaming telah mencapai ke 224 Network, 207 operator dan 97 Negara.

❖ ***Mobile Data Service***

1. ***Circuit Switched Data* (CSD).**
2. ***General Packet Radio service*(GPRS) .**
3. **Matrix Pax.**

Produk-produk tersebut tidak akan dapat dikelola dengan baik jika penawaran jasa yang dilakukan tidak memenuhi syarat dan standar yang baik bagi konsumen atau pelanggan Indosat. Oleh karena itu, aktifitas membangun citra perusahaan dalam kegiatan promosi perusahaan sangat menentukan kemajuan dan perkembangan perusahaan.

1. 2. Sejarah Divisi *Promotion & Communication*

Sejarah berdirinya *Promotion & Communication* (*Procomm*) tidak begitu mengalami spesifikasi, dalam arti *Procomm* dibentuk bersamaan dengan berdirinya perusahaan karena kebutuhan promosi & komunikasi produk untuk kepuasan pada customer, hanya saja penamaan dari masing-masing perusahaan sebelum merger (Satelindo & IM3) yang berbeda.

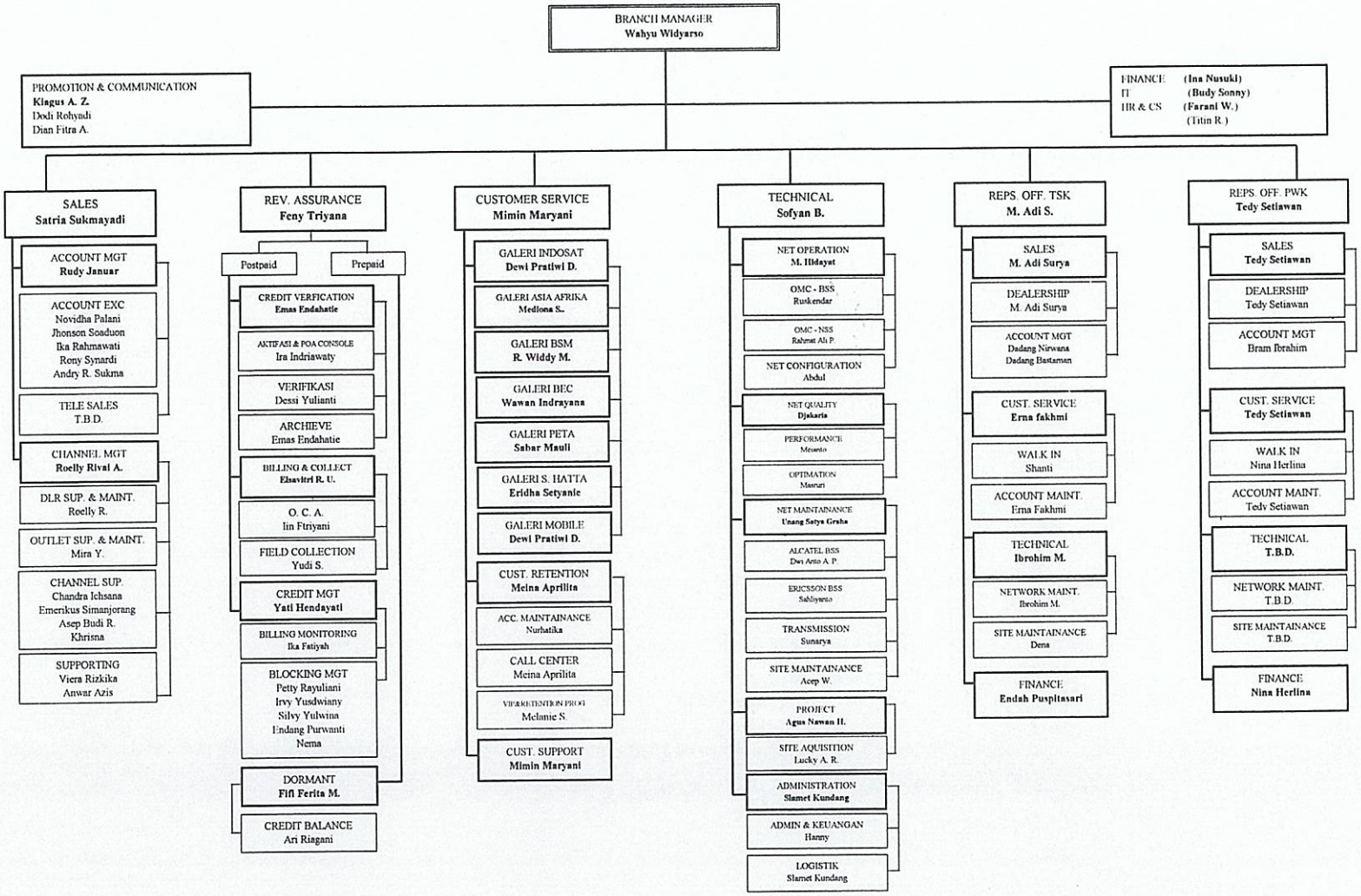
Satelindo menamakannya *Procomm*, atau *Promotion & Communication* yang menangani khusus mengenai strategi-strategi komunikasi dan promosi dalam kegiatan perusahaan, dimana promosi merupakan sebagian dari marketing. Sementara IM3 menamakannya *Marcomm* (*Marketing Communication*/ Komunikas Pemasaran) yang mempunyai cakupan kegiatan komunikasi pada kegiatan marketing-nya.

Jika dilihat dari naming, *Marcomm* seharusnya memang mempunyai arti yang lebih luas dari *Procomm* karena promosi yang merupakan kegiatan *Procomm* adalah bagian dari marketing mix (bauran pemasaran). Namun pada kenyataan yang didapat, tugas & fungsi keduanya tidak berbeda dalam kegiatan bauran promosi, yaitu: *advertising* (Periklanan), *Public Relations* (Humas), *Personal Selling* (Penjaualan Personal), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), dan *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung).

Indosat menggunakan strategi Humas untuk keberlangsungan kegiatan tersebut yaitu menciptakan citra yang baik bagi perusahaan. Maka pada Pasca merger antara Satelindo dan IM3 naming Procomm terus digunakan oleh Indosat.

1.3 Struktur Perusahaan

Gambar 1. 4.
Struktur PT. Indosat Cabang Bandung



Sumber: Secretary Document
PT. Indosat Cabang Bandung

Penjelasan:

Struktur Organisasi adalah gambaran secara sistematis tentang hubungan-hubungan kerjasama dari orang-orang yang terdapat dalam organisasi tersebut, dalam rangka usaha untuk mencapai suatu tujuan.

PT. Indosat menggunakan bentuk struktur organisasi *line& staff*, dimana bentuk ini biasanya digunakan pada perusahaan yang berskala besar, daerah kerjanya luas, dan mempunyai bidang-bidang tugas yang beraneka ragam serta rumit, dengan jumlah karyawan yang banyak. Pada bentuk organisasi *line & staff* juga terdapat satu atau lebih tenaga staff.

Struktur perusahaan pada PT. Indosat Cabang Bandung menggunakan struktur organisasi meninggi, yang mempunyai bidang kerja yang cukup kompleks karena terdiri dari beberapa koordinator/ *supervisor* yang dibawahi oleh staf- staf pada setiap bagian kerjanya.

Branch Manager atau disebut juga Kepala Cabang, mempunyai tanggung jawab penuh terhadap setiap kegiatan pada setiap divisi dalam perusahaan pada PT. Indosat Cabang Bandung.

Procomm, berada langsung dibawah posisi *Branch Manager* (digaris depan setelah Kepala Cabang) dimana divisi ini yang akan secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan publik maupun media massa dalam melaksanakan komunikasi yang baik bagi hubungan internal maupun eksternal, meskipun lebih mengutamakan hubungan eksternal perusahaan. Divisi *Procomm* juga membangun maupun menjaga citra perusahaan, dalam hal ini jika ada opini yang dapat menurunkan ataupun memperburuk citra perusahaan, maka divisi

Procomm yang pertama menghadapi massa disamping bidang kerjanya yang lebih kepada kegiatan promosi perusahaan.

Pada Bagian kerja yang sejajar dengan Procomm terdapat divisi *Finance* (Bagian Keuangan), divisi *IT*(Bagian Teknisi), dan divisi *Human Relation* juga *Customer Service*, yang menjadi bagian-bagian yang cukup penting bagi keberlangsungan kegiatan perusahaan baik internal maupun eksternal.

Di garis ketiga pada struktur terdiri dari *Sales Coordinator*, yang memiliki bidang kerja yaitu:

- *Account Management*, yang terdiri dari: *Account Executive* dan *Tele Sales*.
- *Channel Management*, terdiri dari: *Dealer Supplier & Mainatainance*, *Outlet Supplier & Maintainance*, *Channel Supplier*, dan pendukungnya yaitu *Supporting* terhadap kegiatan *Channel Management*.

Koordinator Reverensi untuk Jaminan penggunaan kartu pasca maupun prabayar (*Postpaid & Prepaid*). Untuk Postpaid, terdapat bagian kerja :

- *Credit Verification* (Verifikasi Kredit), yang menangani pengecekan ulang pada kartu pasca bayar.
- Aktifasi & *POA Console*, yang mengatur aktifasi kartu.
- *Verification*, menangani pengecekan ulang pada setiap kartu pasca bayar yang sedikit bermasalah.
- *Archieve*, menangani arsip-arsip pada pelayanan kartu pasca bayar.

Billing & Collector terdiri dari OCA, dan *Field Collection. Credit Management*, mengatur dana kredit perusahaan pada produk pasca bayar dengan

cara: *Billing Monitoring*, dan *Blocking Management*. Lalu pada *Prepaid*, terdiri dari *Dormant*, dan *Credit Balance* agar keseimbangan kredit dapat tercapai.

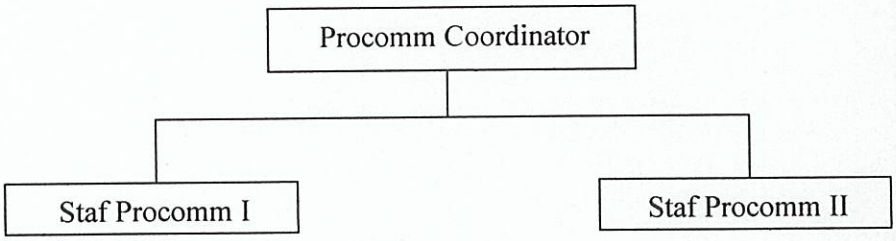
Customer Service Indosat Cabang Bandung me-manage kegiatan *Customer Service* pada galeri-galeri Indosat yang terletak di wilayah kota Bandung. *Customer Retention* atau retensi konsumen berada pada kegiatan *Customer Service* dari mulai *Account Maintainance*, *Call Center*, hingga program-program VIP dan retensi. Sebagai Support dalam menunjang semua kegiatan *Customer Service*, dibentuk *Customer Support*.

Bagian Teknisi atau *Technical* terdiri dari:

- *Net Operation.*
- *Net Quality*, baik *performance* maupun *optimation.*
- *Net Maintainance*,dalam hubungannya dengan perusahaan-perusahaan teknisi, Transmisinya, maupun *Site Maintainance*.
- *Project*, atau proyek teknisi dibantu oleh *Site Acquisition.*
- *Administration*, menangani Administrasi dan Keuangan,maupun Logostik.

Karena di Indosat Cabang Bandung juga terdapat cabang regional Jawa Barat maka, Kantor Representatif Tasikmalaya dan Purwakarta dipegang oleh Kepala Cabang Bandung, yang hanya terdiri dari Kepala Cabang (*Branch Manager*), *Sales*, *Dealership*, *Account Management*, *Customer Service*, *Account Maintainance*, *Technical*, dan *Finance*.

1. 4. Struktur Divisi *Promotion & Communication*



Gambar 1.5. Struktur Divisi *Promotion & Communication*

Penjelasan:

Untuk *Procomm* di setiap cabang jumlah SDM-nya berbeda-beda, tergantung kebijakan *Management* serta kualitas SDM-nya itu sendiri. Jadi dalam 1 fungsi *Procomm* ada 1 orang penanggung jawab (biasa disebut *coordinator* jika menempati posisi itu belum secara definitif, atau *supervisor* jika sudah menempati posisi secara definitif. *Supervisor* lebih besar tanggung jawabnya dari *coordinator*) yang membawahi minimal 1 orang staf.

Untuk *Procomm Coordinator*, kagiatan Humas dijalankan pada *Media Relation* dan *Networking*. Pada *Procomm* I, lebih diarahkan pada *support* atau dukungan pada aktivitas internal perusahaan maupun kantor perwakilan (*Representatif Office*). Dan *Procomm* II mengarah pada kegiatan sponsor dan hubungan-hubungan dengan relasi perusahaan dalam men-*support* kegiatan tertentu di perusahaan.

1. 5. Job Description Divisi *Promotion & Communication*

Pembagian fungsi pada divisi Promotion & Communication dapat dijelaskan, sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Job Description Promotion & Communication

FUNGSI	TUGAS	OUTPUT/ PRODUK
Procomm Coordinator	**Strategi** Menyusun strategi komunikasi.	Promotion & Coomunication plan yang direncanakan berkala, setiap 3 bulan.
	Konsep Menerjemahkan arahan manajemen dalam bentuk rencana dan program promosi baik untuk hal yang bersifat taktis atau tematis.	❖ Merumuskan rencana promosi kedalam *action plan* yang lebih teknis. ❖ Membuat turunan program yang lebih spesifik.
	Fungsi Manajerial Menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, dan "supervisi aktif" terhadap pelaksanaan program, juga melakukan fungsi kontrol (POAC).	"*End to end partisipation*".

	Humas Menjalankan fungsi Public Relations, baik kepada masyarakat (Publik), media (*media relations*), dan mulai dari membangun jejaring (*networking*), hingga upaya pengembangan dan pemanfa'atannya.	❖ Publik Relations, ❖ Media Relations, ❖ Networking.
	Intelejen Membuat benchmark terhadap aktivitas promosi kompetitor (perbandingan).	*Report* (Laporan).
	Pelaporan *Reporting*	*Progress Report* (baik *weekly*, maupun *monthly bases*), yaitu laporan mingguan maupun bulanan pada kegiatan promosi dan komunikasi perusahaan.
	Riset Melakukan riset terhadap efektivitas program promosi.	❖ Hasil riset dan analisa. ❖ Rekomendasi bagi pelaksanaan aktivitas promosi.
	Support Mengidentifikasi dan mendukung segala kebutuhan promosi dan komunikasi setiap bagian dalam system kerja perusahaan.	Aktivitas promosi.

Procomm I	**Periklanan** Melaksanakan rencana periklanan (advertising) lini bawah (*below the line*) dan *branding* ditempat-tempat strategis.	❖ Material Promosi, baik Post Material maupun Outdoor Media (Billboard, T Banner, dan sebagainya). ❖ Implementasi/ pelaksanaan program. ❖ Kontrol terhadap program.
	Sales Promotion Mengembangkan dan menjalankan promosi penjualan (*sales promotion*) untuk tujuan *hard selling*.	❖ Pameran, Expo, dan lain- lain. ❖ Aktivitas *hard selling* untuk menciptakan penjualan. ❖ Program *sales promostion* (undian, hadiah langsung, promo, dan lain-lain).
	Event Melaksanakan setiap *event* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan langsung.	Pelaksanaan *Event Promotion*.
	Internal Support Melakukan fungsi support/dukungan terhadap bagian lain pada internal perusahaan. Melakukan fungsi support terhadap seluruh frontliners perusahaan(baik PoP maupun PoP Dealer).	Support terhadap bagian-bagian kerja lain dalam perusahaan (yang bersifat internal).

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

	Representative Office Support Melakukan fungsi support terhadap kantor perwakilan (*Representative Office*).	Support terhadap seluruh aktivitas promosi.
Procomm II	**Periklanan** Melaksanakan rencana periklanan (*advertising*) lini atas (*above the line*).	❖ Konsep & program radio. ❖ Konsep Print-Ad. ❖ Implementasi dan kontrol.
	Event Melaksanakan *event* yang bertujuan untuk menciptakan dan menjaga *Awarness* atau *Brand Image*.	*Event*

	Administrasi ❖ Mengurus proses administrasi terhadap sebuah kegiatan yaitu: ❖ Pengurusan Proposal. ❖ Pengurusan *Purchase Request* dan *Purchase Order* pada kegiatan promosi. ❖ Pengurusan finance, hingga pembayaran vendor (perusahaan yang bekerja sama dengan Indosat, untuk kegiatan promosi).	Fungsi administrasi.
	Inventori ❖ Mengurus stok inventori material promosi dan segala properti. ❖ Mengurus administrasi dan pencatatan jumlah barang. ❖ Menjaga ketersediaan jumlah material untuk promosi.	Ketersediaan material promosi. Kecepatan waktu distribusi material promosi. Inventori yang jelas, dan rapi.

	Dokumentasi ❖ Membuat dokumentasi (Kliping) baik atas berita yang berhubungan dengan aktivitas promosi ataupun berita dan rilis yang berhubungan dengan program, produk dan perusahaan. ❖ Menata dokumentasi baik yang bersifat visual, audio, dan audio visual terhadap segala kegiatan promosi.	Dokumentasi kegiatan secara berkala.
	Sponsorship ❖ Melakukan aktivitas yang berkaitan dengan sponsorship, yaitu: ❖ Mulai dari menerima, menyeleksi, dan bekerja sama dengan pihak lain dalam beragam kegiatan yang mendukung tujuan perusahaan.	Kerja sama sponsorship.

1. 6. Sarana dan Prasarana Kegiatan Perusahaan

Sarana & prasarana yang digunakan oleh Indosat Cabang Bandung dalam melaksanakan aktivitas kerjanya, sangat didukung oleh perangkat komunikasi yang modern dan efektif sehingga setiap bidang kerja memiliki hubungan yang saling berkesinambungan.

Hal tersebut memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Berikut adalah sarana dan prasarana yang digunakan dalam kegiatan kerja divisi *Promotion & Communication*.

Tabel 1.2. Sarana & Prasarana Kegiatan Perusahaan

NO.	NAMA BARANG	JUMLAH
1.	Komputer	3 buah
2.	*Laptop/ PC*	1 buah
3.	Printer	1 buah
4.	Kamera	2 buah
5.	*Handycam*	1 buah
6.	Telepon (memakai line)	3 buah
7.	*Hand Phone*	1buah
8.	*Walky Talky*	3 buah
9.	Mesin Fax	1 buah
10.	*Over Head Proyektor* (OHP)/ *Slide*	1 buah
11.	Mesin *foto copy*	1 buah
12.	Mobil	3 buah

1. 7. Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan dari tanggal 26 Juli 2004 sampai dengan 29 Agustus 2004 di bagian *Promotion & Communication*, PT. Indosat Cabang Bandung di Gedung Graha Bumiputera Lt. 3, Jl. Asia Afrika No. 141-147 Bandung 40112.

Aktifitas yang dilakukan selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung lima kali dalam satu minggu yaitu, dari hari Senin hingga Jum'at dengan jadwal masuk kerja dari pukul 07.30 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB setiap harinya, terkecuali pada saat perusahaan sedang mengadakan *event promotion*, mahasiswa diusahakan agar mengikuti kegiatan tersebut sampai dengan waktu yang ditentukan pada saat itu.

Fasilitas yang didapatkan pada saat PKL oleh mahasiswa adalah, mahasiswa diberikan waktu istirahat selama satu jam dari pukul 12.00 WIB hingga pukul 13.00 WIB, di suatu ruangan khusus (ruang makan) karyawan. Adapun jika sedang berada di luar perusahaan pada jam istirahat, jika ada *talk show* atau kegiatan lain yang mendadak, biasanya acara makan siang bersama dilaksanakan diluar kantor.

Maka dalam hal ini, sebenarnya kegiatan yang insidentil lebih banyak dilakukan setiap harinya. Meskipun masih banyak pula kegiatan rutin yang dilaksanakan hanya di dalam kantor, sesuai dengan program kerja yang ada sertiap minggunya, agar kegiatan kerja lebih teratur.