

Daftar Isi

Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	
E.1. <i>Public Relations</i>	7
E.1.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	8
E.2. Badan Usaha Milik Negara.....	13
E.2.1. Standar Proses Bisnis BUMN (MBNQA/KPKU)	15
E.2.2. Standar Proses Bisnis Perusahaan Telekomunikasi (eTOM).....	16
E.3. Fungsi <i>Public Relations</i> di BUMN.....	18
F. Kerangka Konsep	22
G. Metodologi Penelitian	
G.1. Paradigma Penelitian.....	25
G.2. Metode Penelitian.....	25
G.3. Sumber Data	26
G.4. Teknik Pengumpulan Data	27
G.5. Analisis Data	28
G.6. Kualitas Data	30
G.7. Batasan Penelitian	32

BAB II: PUBLIC RELATIONS DALAM BUMN TELEKOMUNIKASI

A. Definisi <i>Public Relations</i>	33
B. Publik dalam <i>Public Relations</i>	35
C. Fungsi <i>Public Relations</i>	37
D. Tantangan <i>Public Relations</i>	41

E. <i>Public Relations</i> dalam Proses Bisnis BUMN	43
Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA)	44
F. <i>Public Relations</i> dalam Proses Bisnis Perusahaan Telekomunikasi	47
Enhanced Telecom Operations Map (eTOM)	47

BAB III: TINJAUAN UMUM PT TELKOM INDONESIA

A. Sejarah dan Perkembangan PT Telkom Indonesia.....	53
B. Tata Kelola PT Telkom Indonesia	63
C. Gambaran Umum Wilayah Telkom Yogyakarta	72

BAB IV: PENGELOLAAN INDIHOME SEBAGAI IMPLEMENTASI FUNGSI PUBLIC RELATIONS DI BUMN TELEKOMUNIKASI

A. Dinamika Implementasi <i>Public Relations</i> antara Perusahaan dengan Publiknya: Sebuah Temuan.....	69
A.1. PT TELKOM INDONESIA WITEL YOGYAKARTA	
A.1.1. <i>Public Relations</i> dalam memenuhi permintaan pelanggan.....	73
A.1.2. <i>Public Relations</i> dalam melayani keluhan pelanggan	84
A.2. PELANGGAN INDIHOME	
A.2.1. Pemenuhan permintaan terhadap pelanggan baru/pasang baru	91
A.2.2. Pelayanan keluhan terhadap pelanggan komplain.....	96
B. Program Implementasi <i>Public Relations</i> PT Telkom Witel Yogyakarta dalam Mengelola Pelanggan IndiHome Tahun 2016: Sebuah Analisis	100
B.1. <i>Contact Management</i>	101
B.2. <i>Request Management</i>	102
B.3. <i>Internal Meeting</i>	105
B.4. <i>Action Program</i>	107
B.5. “ <i>Winning Cluster</i> ” Survey.....	109
B.6. <i>Mystery Shopping</i>	111
B.7. <i>Training</i>	112
Implementasi Fungsi <i>Public Relations</i>	
a. Implementasi yang berjalan sesuai fungsi <i>public relations</i>	115
b. Implementasi yang membutuhkan analisis dan evaluasi lanjutan.....	116

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	120

Daftar Gambar

Diagram 1.1. Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 3 Logo Telkom	49
Gambar 3.1. Struktur Manajemen Telkom	59
Gambar 3.2. Struktur Manajemen Telkom Witel Yogyakarta	66
Gambar 4.1. Pemeriksaan ketersediaan alat/jaringan berdasarkan koordinat	75
Gambar 4.2. Brosur IndiHome dari regional	79
Gambar 4.3. Aplikasi MyIndiHome untuk laporan gangguan	85
Gambar 4.4. Tiket keluhan pelanggan melalui SMS	98
Gambar 4.5. Talkshow IndiHome di radio	109
Gambar 4.6. <i>Training</i> para Avengers	114