



**UNIVERSITAS INDONESIA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**SKRIPSI**

**Identitas Perusahaan (Corporate Identity)  
Berdasarkan Persepsi Pelanggan  
(Kajian Pada Pelanggan PT. Telkomsel)**

Diajukan oleh:

Anggara Pratama Putra  
0706212402  
Program Studi Administrasi Niaga

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Dari Persyaratan Guna  
Menperoleh Gelar Sarjana Ilmu Administrasi

Depok  
2009



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : **Anggara Pratama Putra**  
**NPM** : **0706212402**

**Tanda Tangan** :

**Tanggal** : **19 Juni 2009**



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : ANGGARA PRATAMA PUTRA

NPM : 0706212402

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi :

IDENTITAS PERUSAHAAN (*CORPORATE IDENTITY*)  
BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN  
(KAJIAN TERHADAP PELANGGAN PT. TELKOMSEL)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial, pada Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Drs. Achmad Fauzi, ME  
NIP. ....

Penguji Ahli

Dra. Febrina Rosinta, M.Si  
NIP. 131.861386

Pembimbing

Ixora Lundia, S.sos, MS  
NIP. 09.07050244

Sekretaris Sidang

Fatimah Muchtar, S.sos, ME  
NIP. 09.07050245

Ditetapkan di : Depok

Pada Tanggal : 19 Juni 2009



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggara Pratama Putra  
NPM : 0706212402  
Program Studi : Administrasi Niaga  
Departemen : Ilmu Administrasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusife Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

IDENTITAS PERUSAHAAN (CORPORATE IDENTITY) BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN (KAJIAN PADA PT. TELKOMSEL).

Beserta perangkat yang ada jika diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan

(Anggara Pratama Putra)

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirohmanirohim*

Alhamdulillah, segenap puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT, karena dengan taufik dan inayah-Nya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan Allah kepada Rasul-Nya yang mulia, Muhammad SAW, keluarga dan para pengikutnya hingga akhir jaman.

Skripsi ini penulis buat sebagai upaya memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial pada Universitas Indonesia, Depok. Penulisan Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada lingkungan kota Jakarta, dengan judul **“Identitas Perusahaan (Corporate Identity) Berdasarkan Persepsi Pelanggan (Kajian Pada PT. Telkomsel)”**.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh untuk dikatakan baik apalagi sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dari kemampuan penulis dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Akhirnya, atas terselesaikan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril, spiritual dan materiil yang sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, Ma., selaku Dekan FISIP UI.
2. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
3. Drs. Achmad Fauzi, ME, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Sarjana Ekstensi FISIP UI dan selaku Ketua Sidang Skripsi.

4. Ixora Lundia, S.sos, MS selaku Pembimbing Skripsi yang berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama penyusunan skripsi.
5. Dra. Febrina Rosinta, M.si selaku Penguji Ahli sidang skripsi
6. Fatimah Muchtar S. Sos., ME, selaku Sekretaris Sidang Skripsi.
7. Seluruh dosen dan civitas akademika FISIP UI yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan selama penulis menuntut ilmu di FISIP UI.
8. Orangtua penulis, serta kakak-kakak saya yang selalu memberikan cinta, doa dan dukungannya dalam bentuk moril maupun material (Terima kasih mama).
9. Teman-teman jurusan Ilmu Administrasi Niaga Angkatan 2007 (Adit, Ebo, Richie, Tongq, Lantang, Juve, Patar, Andrew). Teman-teman satu angkatan D3 (Dunant, Jacky, Dixie). Teman-teman satu kamar kostan (Boy, Qlay), dan semua penghuni “PAS” (Surya, Mamad, Martin, Olala, Kemet, Jangut, Bangdan, Jablay, Romi, Paiz, Yogi, Erwin). Teman-teman sepermainan di rumah (Wiwin, Tyo, Eka, Ete, Seto, Eka), karena telah memberikan dukungan, doa dan selalu menghibur penulis disaat stress menyerang penulis.
10. My beloved one Firsty Irlia, yang selalu setia menemani penulis baik disaat senang, sedih, susah, dan selalu memberi dukungan semangat dan Doa. One Step Closer Hun.....
11. Dan semua Pihak yang membantu dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis, 09 Juli 2009

Anggara Pratama Putra

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Dari Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Dari Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II    KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Konstruksi Model Teoritis.....	9
2.2.1 Pemasaran.....	9
2.2.2 Jasa.....	9
2.2.3 <i>Corporate Identity</i> .....	12
2.2.3.1 <i>The Unitary Identity</i> .....	16
2.2.3.2 <i>The Branded Identity</i> .....	17
2.2.3.3 <i>The Diversified Identity</i> .....	17
2.2.4 Citra Perusahaan.....	20
2.2.5 Persepsi.....	24
2.2.5.1 Atensi.....	27
2.2.5.2 Intepretasi.....	28
2.2.5.3 Memori.....	29
2.2.6 Konsep Merek ( <i>Brand</i> ).....	30
2.2.7 Komunikasi Pemasaran.....	32
2.3 Operasionalisasi Konsep.....	33
2.4 Metode Penelitian.....	36
2.4.1 Jenis Penelitian.....	37
2.4.2 Populasi dan sampel.....	39
2.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	39
2.4.4 Teknik Pengolahan Dan Analisa Data.....	39

BAB III	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	41
	3.1 Sejarah Perusahaan.....	41
	3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
	3.3 Struktur Organisasi.....	42
	3.4 Logo Perusahaan.....	43
	3.5 Penghargaan yang Diperoleh Telkomsel.....	44
BAB IV	ANALISIS DATA HASIL PENELITIAN.....	45
	4.1 Karakteristik Responden.....	45
	4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	45
	4.1.2 Usia Responden.....	46
	4.1.3 Pekerjaan Responden.....	46
	4.1.4 Pengguna Produk Telkomsel.....	47
	4.1.5 Pernah Mengikuti Program Telkomsel Siaga.....	48
	4.1.6 Sumber Informasi Mengenai Telkomsel Siaga.....	48
	4.1.7 Melihat Logo, Iklan, Dan Umbul-umbul Telkomsel Pada Masa Priode Program Telkomsel Siaga.....	49
	4.2 Validitas dan Reliabilitas Pretest.....	50
	4.3 Analisis Data Deskriptif.....	57
	4.3.1 Analisis Deskriptif Tanggung Jawab Ekonomi.....	57
	4.3.2 Analisis Deskriptif Tanggung Jawab Hukum dan Etika.....	58
	4.3.3 Analisis Deskriptif Tanggung Jawab Kedermawanan.....	62
	4.3.4 Analisis Deskriptif Pengetahuan ( <i>Awareness</i> ).....	62
	4.3.5 Analisis Deskriptif Pemahaman ( <i>Comprehension</i> ).....	64
	4.3.6 Analisis Deskriptif Ingatan ( <i>Retention</i> ).....	65
	4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	66
	4.4.1 Validitas Hasil Penelitian.....	68
	a. Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Ekonomi.....	68
	b. Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Hukum dan Etika.....	68
	c. Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Kedermawanan.....	69
	d. Hasil Validitas Pengetahuan ( <i>Awareness</i> ).....	70
	e. Hasil Validitas Pemahaman ( <i>Comprehension</i> ).....	71
	f. Hasil Validitas Ingatan ( <i>Retention</i> ).....	72
	4.4.2 Realibilitas hasil Penelitian.....	73
	4.5 Implikasi Manajerial.....	73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	74
	A. Kesimpulan.....	74
	B. Saran .....	74
	DAFTAR PUSTAKA.....	76



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Operasionalisasi Konsep.....	28
Tabel 2.2	Intisari Metode Yang Digunakan Berdasarkan Jenis Penelitian.....	32
Tabel 2.3	Interpretasi Nilai <i>Mean</i> .....	34
Tabel 3.1	<i>Board of Commissioners</i> .....	37
Tabel 3.2	<i>Board of Directors</i> .....	38
Tabel 4.1	Ukuran Validitas.....	46
Tabel 4.2	Validitas Indikator–Indikator Penelitian Hasil <i>Prestest</i> .....	48
Tabel 4.3	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Tanggung Jawab Ekonomi.....	53
Tabel 4.4	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Tanggung Jawab Hukum Dan Etika.....	55
Tabel 4.5	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Tanggung Jawab Kedermawanan.....	57
Tabel 4.6	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Pengetahuan ( <i>Awareness</i> ).....	59
Tabel 4.7	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Pemahaman ( <i>Comprehension</i> ).....	60
Tabel 4.8	Nilai Mean, dan Modus pada Dimensi Ingatan ( <i>Retention</i> ).....	61
Tabel 4.9	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy, Barlet Test of Sphericity dan Total Varians yang Dijelaskan Model Hasil Penelitian.....	63
Tabel 4.10	Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Ekonomi.....	64
Tabel 4.11	Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Hukum Dan Etika.....	65

Tabel 4.12 Hasil Validitas Dimensi Tanggung Jawab Kedermawanan.....	66
Tabel 4.13 Hasil Validitas Dimensi Pengetahuan ( <i>Awareness</i> ).....	66
Tabel 4.14 Hasil Validitas Dimensi Pemahaman ( <i>Comprehension</i> ).....	67
Tabel 4.15 Hasil Validitas Dimensi Ingatan ( <i>Retention</i> ).....	68
Tabel 4.16 Ukuran Realibilitas Dimensi-Dimensi Penelitian.....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Service Marketing Triangle</i> .....	10
Gambar 2.2	<i>Kontinum Untuk Setiap Karakteristik Jasa</i> .....	12
Gambar 2.3	Perkembangan pendekatan terhadap identitas perusahaan.....	14
Gambar 2.4	Tipe Struktur <i>Visual Unitary Identity</i> .....	16
Gambar 2.5	Tipe Struktur <i>Visual Branded Unitary Identity</i> .....	17
Gambar 2.6	Tipe Struktur <i>Visual Diversified Identity</i> .....	17
Gambar 3.1	Logo PT. Telkomsel.....	43
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	45
Gambar 4.2	Usia Responden.....	46
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden.....	47
Gambar 4.4	Pengguna Produk Telkomsel.....	47
Gambar 4.5	Pernah Mengikuti Program Telkomsel Siaga.....	48
Gambar 4.6	Sumber Informasi Mengenai Telkomsel Siaga.....	49
Gambar 4.7	Melihat Logo, Iklan Dan Umbul-Umbul Telkomsel Pada Masa Periode Program Telkomsel Siaga.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Hasil SPSS 15

