

**ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA ANTARA
AGENSI DAN KLIEN (STUDI KASUS PADA AGENSI PT
TROJAN POWER BRAND ACTIVATION DALAM
MENGELOLA KLIEN COMMONWEALTH BANK DAN
TELKOMSEL)**

TUGAS AKHIR



MOCH IVAN FADHILLA

1141003040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

**ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA ANTARA
AGENSI DAN KLIEN (STUDI KASUS PADA AGENSI PT
TROJAN POWER BRAND ACTIVATION DALAM
MENGELOLA KLIEN COMMONWEALTH BANK DAN
TELKOMSEL)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu komunikasi.



MOCH IVAN FADHILLA

1141003040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Moch Ivan Fadhillah

Nim : 1141003040

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Moch Ivan Fadhilla

NIM : 1141003040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : **ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA ANTARA AGENSI DAN KLIEN (STUDI KASUS PADA AGENSI PT TROJAN POWER BRAND ACTIVATION DALAM MENGELOLA KLIEN COMMONWEALTH BANK DAN TELKOMSEL)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharyanti, M.S.M

Penguji I : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si

Penguji II : Mirana Hanathasia, S.Sos, M.Media Prac



Ditetapkan di :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, yang diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dalam rangka memenuhi mata kuliah skripsi pada semester delapan dengan proses yang cukup panjang di Universitas Bakrie dengan judul **“Analisis Komunikasi Bisnis Lintas Budaya antara Agensi dan Klien (Studi Kasus pada PT Trojan Power Brand Activation dalam mengelola klien Commonwealth Bank dan Telkomsel)”**. Dalam penulisan tugas akhir ini penulis membutuhkan waktu cukup panjang untuk melakukan pengumpulan data, pencarian kajian pustaka yang memiliki kesesuaian dengan topik yang dibahas, melengkapi formulir yang dibutuhkan serta berkonsultasi dengan dosen pembimbing skripsi.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan tugas akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ditemui oleh penulis. Untuk itu penulis berterima kasih kepada orang tua, Ibunda Icut Iswa dan Ayahanda Yansuri yang selalu memberikan dukungan, dan perhatian sebagai motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dapat terselesaikan tentunya tidak terlepas dari dukungan dan partisipasi pihak-pihak lain yang mendukung segala keperluan penulisan Tugas akhir ini, diantaranya:

1. Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus pembimbing penulis dalam mengerjakan tugas akhir yang telah membimbing dengan kesabaran, ketulusan, dan masukannya selama penyusunan tugas akhir ini.
2. Miss Dian dan Bu Mirana selaku penguji tugas akhir penulis yang telah memberikan arahan dan masukan agar penelitian ini lebih baik lagi.
3. Terima kasih kepada keluarga (Ayah, Ibu, Kakak Dessi, Eny, Meita, dan Abang Dian) yang sudah mendukung penulis tiada henti dan mendoakan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Seluruh teman-teman dari Prodi Ilmu Komunikasi 2014 yang telah bersama – sama berjuang dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Teman – teman dari Trojan Power *Brand Activation* yang sudah memberikan ilmunya selama penulis melaksanakan magang. Canda tawa yang dihadirkan saat istirahat makan siang, Main PES bareng di hari jum'at malam dan nuansa kekeluargaan yang penulis rasakan selama magang.
6. Mas Dion selaku informan sekaligus memberikan masukan kepada penulis selama skripsi, banyak ilmu yang beliau bagikan ke penulis.
7. Teman – teman Basmala (Asep, Ismi, Nabiilah, Tari) dan lainnya, dan departemen Syiar Basmala 2016 – 2017 (Qonita, Resia, Isma, Rizky, dan Hendi) yang sudah mewarnai perjalanan kuliah penulis selama ini.
8. Penulis juga berterima kasih kepada geng 3 IPA (Ivan, Annisa, Ivo) yang sudah mewarnai perjalanan kuliah penulis dan memberikan pengalaman yang cukup berkesan di FB 17.

Penulis sadar bahwa tugas tugas akhir ini tidak luput dari segala kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk ayah, ibu, dan teman-teman semua yang terlibat dalam penelitian ini. Semoga tugas akhir ini berguna dan dapat dimanfaatkan oleh pembacanya.

Jakarta, 24 Agustus 2018

Moch. Ivan Fadhillah

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moch Ivan Fadhillia

NIM : 1141003040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalt Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA ANTARA AGENSI DAN KLIEN (STUDI KASUS PADA AGENSI PT TROJAN POWER BRAND ACTIVATION DALAM MENGELOLA KLIEN COMMONWEALTH BANK DAN TELKOMSEL). Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2018

Yang Menyatakan



Moch Ivan Fadhillia

**KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA ANTARA AGENSI DAN
KLIEN (STUDI KASUS PADA PT TROJAN POWER BRAND
ACTIVATION DALAM MENGELOLA KLIEN COMMONWEALTH
BANK DAN TELKOMSEL)**

Moch Ivan Fadhillah

ABSTRAK

Komunikasi bisnis lintas budaya adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis baik komunikasi verbal dan non verbal dengan memerhatikan faktor-faktor budaya disuatu wilayah, atau negara yang sangat erat dengan terciptanya budaya organisasi. Komunikasi bisnis lintas budaya yang diambil adalah budaya konteks tinggi dan budaya konteks rendah, yang mana kajian tersebut merupakan salah satu kajian dalam Ilmu Komunikasi yang sangat penting untuk membina hubungan baik dengan klien yang memiliki latar budaya yang berbeda dalam hal ini adalah Trojan kepada Telkomsel dan Trojan kepada Commonwealth Bank. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *multiple case study*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kesamaan dan perbedaan antara Telkomsel dan Commonwealth Bank. Meski terdapat kesamaan, kesamaan ini timbul karena adanya adaptasi budaya, sehingga perusahaan multinasional tidak dapat memberlakukan peraturan di perusahaan sepenuhnya, namun perbedaan yang terdapat pada kedua perusahaan ini sangat nampak, sehingga Telkomsel mewakili perusahaan yang memiliki budaya konteks tinggi dan Commonwealth Bank dari budaya konteks rendah. Hal ini terbukti dari sepuluh indikator yang dijadikan bahan penelitian di dapatkan dua indikator yang menunjukkan kesamaan budaya dan delapan indikator yang menunjukkan perbedaan budaya.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Budaya Konteks Tinggi, Budaya Konteks Rendah, Telkomsel, Commonwealth Bank, Trojan Power Brand Activation, Peranan *Account Service*.

**CROSS-CULTURAL BUSINESS COMMUNICATION BETWEEN
AGENCY AND CLIENTS (CASE STUDY IN PT TROJAN POWER
BRAND ACTIVATION IN MANAGING CLIENTS COMMONWEALTH
BANK AND TELKOMSEL)**

Moch Ivan Fadhillah

ABSTRACT

Cross-cultural business communication is used in business both verbal and non-verbal communication by looking at cultural factors in a region, or country that is very close to the creation of an organizational culture. Cross-cultural business communication taken is a high-context culture and low-context culture, which is the study is one of the studies in Communication Science that is very important to build good relations with clients who have different cultural backgrounds in this case are Trojan to Telkomsel and Trojan to the Commonwealth Bank. This study uses a qualitative method with a multiple case study approach. Data collection was carried out through in-depth interviews. The results of this study indicate that there are similarities and differences between Telkomsel and Commonwealth Bank. Although there are similarities, this similarity arises because of cultural adaptation, so that multinational companies cannot enforce the rules in the company completely, but the differences found in these two companies are very visible, so Telkomsel represents a company with a high context culture and Commonwealth Bank from a low context culture . This is evident from the ten indicators that are used as research material in getting two indicators that show cultural similarity and eight indicators that show cultural differences.

Keywords: Cross Cultural Business Communication, High Context Culture, Low Context Culture, Telkomsel, Commonwealth Bank, Trojan Power Brand Activation, Role of Account Service.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	23
2.2.1 Komunikasi Bisnis	23
2.2.2 Komunikasi Lintas Budaya	24
2.2.3 Komunikasi Bisnis Lintas Budaya	25
2.2.4 Agensi Iklan	31

2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1	Metode Penelitian.....	41
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	42
3.3	Sumber Data.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5	Operasionalisasi Konsep	47
3.6	Teknik Analisis Data.....	51
3.7	Teknik Pengujian Keabsahan Data	52
3.8	Batasan dan Fokus Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Obyek Perusahaan	54
4.1.1	Profil Commonwealth Bank.....	54
4.1.2	Telkomsel.....	57
4.2	Gambaran Subyek Perusahaan.....	59
4.2.1	PT Trojan Power Brand Activation.....	59
4.2.2	Subyek Pendukung	66
4.3	Hasil Penelitian	68
4.3.1	Persepsi Terhadap Isu	69
4.3.2	Relasi Tugas	72
4.3.3	Logika Informasi.....	74
4.3.4	Gaya Komunikasi.....	75
4.3.5	Pola Negosiasi.....	76
4.3.6	Informasi Mengenai Individu.....	78

4.3.7	Bentuk Pesan.....	79
4.3.8	Reaksi/Tanggapan.....	80
4.3.9	Hubungan Antar Individu.....	81
4.3.10	Waktu.....	83
4.4	Pembahasan.....	87
4.4.1	Peran Account Service Dalam Mengelola Hubungan Komunikasi Bisnis Dengan Klien Multikultural.....	87
4.4.1.1	Analisis Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Antara PT Trojan Power Brand Activation Kepada Telkomsel.....	89
4.4.1.2	Analisis Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Antara PT Trojan Power Brand Activation Kepada Commonwealth Bank.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	97
5.2.1	Saran Teoritis.....	97
5.2.2	Saran Praktis.....	97
	DAFTAR PUSTAKA.....	98
	DAFTAR LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	13
TABEL 2.2	29
TABEL 3.1	43
TABEL 3.2	47
TABEL 4.1	86

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1	54
GAMBAR 4.2	57
GAMBAR 4.3	59
GAMBAR 4.4	60
GAMBAR 4.5	61
GAMBAR 4.6	62
GAMBAR 4.7	62
GAMBAR 4.8	63
GAMBAR 4.9	63
GAMBAR 4.10	64
GAMBAR 4.11	66
GAMBAR 4.12	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : PANDUAN WAWANCARA	102
LAMPIRAN II : TRANSKRIP WAWANCARA	104