



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUSINESS-TO-BUSINESS
PT. HEXA INTERNATIONAL DALAM MEMPERKENALKAN MESIN
SUGAR CANE HARVESTER DI INDONESIA TAHUN 2010**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh:

SITI FATIMAH
44305120045

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Siti Fatimah
NIM : 44305120045
Jurusan : Marcomm & Advertising
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Business-To-Business* PT. Hexa International Dalam Memperkenalkan *Mesin Sugar Cane Harvester* di Indonesia Tahun 2010

Mengetahui,

**Jakarta, Februari 2012
Pembimbing**

A. Judhie Setiawan SE, M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKRIPSI

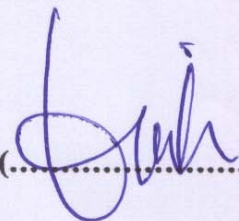
Nama : Siti Fatimah
NIM : 44305120045
Jurusan : Marcomm & Advertising
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Business-To-Business* PT. Hexa International Dalam Memperkenalkan *Mesin Sugar Cane Harvester* di Indonesia Tahun 2010

Jakarta, 02 Februari 2012

Mengetahui,

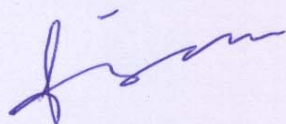
1. Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

()

2. Penguji Ahli

Berliani Ardha, SE,M.Si

()

3. Pembimbing

A.Judhie Setiawan SE,M.Si

()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Siti Fatimah
NIM : 44305120045
Jurusan : Marcomm & Advertising
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Business-To-Business* PT. Hexa International Dalam Memperkenalkan *Mesin Sugar Cane Harvester* di Indonesia Tahun 2010

Jakarta, 29 Februari 2012

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Program Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalammualaikum Wr Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Kuasa atas Segala Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **Strategi Komunikasi Pemasaran *Business-To-Business* Pt. Hexa International Dalam Memperkenalkan *Mesin Sugar Cane Harvester* Di Indonesia Tahun 2010.**

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari dukungan orang-orang sekitar, oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dipersembahkan kepada:

1. Bapak A. Judhie Setiawan SE. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan tidak bosan untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi hingga selesai.

2. Bapak Dion Amaury selaku Direktur PT. Hexa International, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan PT. Hexa International sebagai objek penelitian skripsi penulis.
3. Bapak Leslie Lensun selaku *Marketing Manager* PT. Hexa International, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini.
4. Bapak Edi selaku *Agronomist* PT. Perkebunan Nusantara X (Persero), yang mengizinkan dan memberikan informasi penulis untuk melengkapi penelitian skripsi ini.
5. Bapak Daniel selaku *Procurement* PT. Gunung Madu Plantations yang juga memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk penelitian.
6. Ibu Drs. Diah Wardhani, M.Si Selaku Dekan Fikom UMB.
7. Ibu Tri Diah Cahyowati, M.Si Selaku Ketua jurusan *Marketing Communications and advertising* Universitas Mercubuana.
8. Ibu S.M Niken Restaty S.Sos yang telah banyak membantu memberikan solusi dan motivasi penulis.
9. Para Dosen jurusan Marcomm & Advertising yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fikom UMB.
10. Bapak Sam selaku TU Marcomm yang selalu direpotkan penulis dan seluruh Staf TU dan perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis.

11. Kedua orang tua atas dukungan dan motivasinya, Ibu yang tidak pernah berhenti mendo'akan, memberikan kasih sayang dan dukungan serta bantuan moril dan materil selama ini kepada penulis.
12. Mohana Dahayu Aruna Pranata, ananda tersayang yang menjadi semangat dan motivasi penulis dalam menyelesaikan kuliah di UMB.
13. Budi Arianto Pranata, suami tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil hingga selesainya skripsi ini.
14. Siti Farida, selaku adik yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis agar cepat lulus.
15. Miya, Risa, Widi, Sarah yang selalu bersedia mendengarkan keluhan dan memberikan saran untuk penulis.
16. Keluarga besar Marcomm & Advertising khususnya angkatan 8 dan semua rekan yang tidak disebutkan namanya, terimakasih atas pemikiran, dukungan dan hubungan baik yang terbina selama ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan, dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

Amin Ya Robbal Alamin,

Wassalamua'laikum Wr Wb

Jakarta, Februari 2012

Penulis
Siti Fatimah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2 Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	9
2.3 Produk Industri.....	11
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	14
2.4.1 Analisa Faktor Kunci	17
2.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i> .	26
2.4.3 Jenis Startegi Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	27
2.4.4 Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	29
BAB III METODOLOGI	
3.1 Tipe Dan Sifat Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Nara Sumber	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Definisi Konsep	40
3.6 Fokus Penelitian.....	40
3.7 Teknik Analisi Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Analisa Faktor Kunci	47
4.2.2 Khalayak sasaran, Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>), Dan <i>Positioning</i>	49

4.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i> .	50
4.2.4 Jenis Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	53
4.2.5 Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran <i>Business-To-Business</i>	53
4.3 Pembahasan.....	57

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan		77
5.2 Saran-saran.....		78

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Sistem Komunikasi Pemasaran	15
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Surat Permohonan Wawancara PT. Hexa International
- Lampiran 4. Surat Keterangan PT. Hexa International
- Lampiran 5. Email Perkenalan PT. Hexa International
- Lampiran 6. Surat Permohonan Perkenalan PT. Hexa International
- Lampiran 7. Iklan Elektronik PT. Hexa International
- Lampiran 8. Iklan Cetak Mesin *Sugar Cane Harvester*
- Lampiran 9. Brosur Mesin Sugar Cane Harvester
- Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup