



**Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agricon Putra Citra Optima (Terminix)
Cabang Tangerang Commercial Dalam mendapatkan konsumen
(Periode Januari – Oktober 2011)**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Disusun Oleh:

FANRI FIRGAN

44305010038

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fanri Firgan
NIM : 44305010038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul : “ Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agricon Putra Citra
Optima (Terminix) Dalam Mendapatkan Konsumen
(Periode Januari – Oktober 2011) “.

Jakarta, 15 Juni 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Fanri Firgan
NIM : 44305010038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul : “ Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agricon Putra Citra
Optima (Terminix) Dalam Mendapatkan Konsumen
(Periode Januari – Oktober 2011) “.

Jakarta, 15 Juni 2012

Ketua Sidang

(Dra.Yoyoh Hereyah, M.Si)


:(.....)

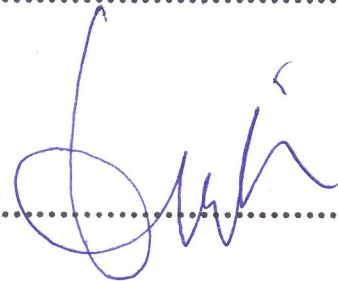
Penguji Ahli

(SM.Niken Restaty, S.Sos.M.Si)


: (.....)

Pembimbing

(Dra.Tri Dhiah Cahyowati, M.Si)


: (.....)



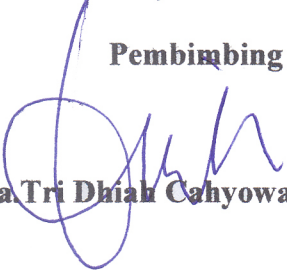
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Fanri Firgan
NIM : 44305010038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul : “ Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agricon Putra Citra
Optima (Terminix) Dalam Mendapatkan Konsumen
(Periode Januari – Oktober 2011) “.

Jakarta, 15 Juni 2012

Pembimbing

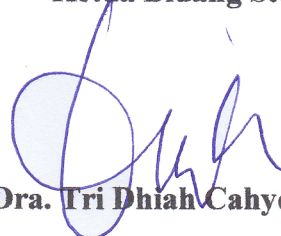

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, MS.i)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunianya atas segala kehendaknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Agricon Putra Citra Optima (Terminix) Cabang Tangerang Commercial Dalam mendapatkan konsumen (Periode Januari – Oktober 2011)”*.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi bagi mahasiswa fakultas ilmu komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta, untuk meningkatkan kualitas dan peran serta mahasiswa dalam kecerdasan bangsa.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah banyak membimbing penulis, baik secara material maupun spiritual. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku pembimbing skripsi, kepala program bidang studi, dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis, sehingga memacu penulis untuk terus mempelajari banyak hal dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Diah Wardhani selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bapak Hardiyanto Jatmiko selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dosen-dosen pengajar dan juga seluruh Staff tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat baik dalam memberikan ilmu pengetahuan dan prakteknya serta melayani mahasiswa.
4. Bapak Yurio M sularto selaku Marketing National PT.APCO dan Ibnu Prayoga konsultan sales PT. APCO terima kasih telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
5. Orang tuaku tercinta Ayahku Bpk Abrar dan Ibuku Sri Budi Yuliani, adikku satu-satunya nisa, terima kasih kepada kalian semua yang tak terhingga untuk kasih sayang dan doa yang kalian berikan dan bantuan moril dan materil.

6. My Beibz, Mutia sari yang telah sabar memberikan motivasi dan keluarga yang memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuanganku di marcomm & Advertising ; indra, agung, cecep, febri, irul, irfan, nining, sari, hamdi, harianto, rendra, lucky, Mia, Saskya,dll (jangan sampai terputus komunikasi kita)
8. Teman-teman saya di universitas mercu buana, Hima pariwisata, Uno NAlki, Seigaku dan para sahabat saya botol, nanang, cobain, yogi, yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna, sehingga penulis berharap adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian lainnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca, penulis,dan kita semua. Amin.. akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak.

Jakarta, Juni 2012

Fanri Firgan

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
 BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Komunikasi Sebagai Aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.1 Pemasaran business to business (B2B).....	19
2.3 Faktor Kunci Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning	23
2.3.2 Gambaran SWOT.....	29

2.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	31
2.3.4 Penyusunan Anggaran.....	32
2.4. Elemen Dalam Bauran Promosi	33
2.5 Strategi Promosi.....	42

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Tipe Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Penentuan Narasumber.....	47
3.4 Teknik Penumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Definisi Konsep.....	48
3.6 Fokus Penelitian.....	49
3.7 Pengolahan Data Dan Analisis Data	49

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Perusahaan.....	51
4.1.2 Layanan Dari Terminix.....	52
4.1.3 Keunggulan Terminix.....	53
4.1.4 PT. APCO (Terminix) Cabang Tangerang Commercial.....	54
4.1.5 Rate Card Terminix.....	55
4.1.6 Visi-Misi-Filosofi PT.APCO.....	57
4.1.7. Struktur ORganisasi.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Analisis SWOT.....	60
4.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	64
4.2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	67

4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	70
4.3 Pembahasan.....	71

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	81
5.1.1 Saran Akademis.....	81
5.1.2 Saran Praktis.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP