



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ARTOLITE  
PADA PT.ABETAMA SEMPURNA**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**YUDO SUDOKO**  
04303-044

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2010**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Yudo Sudoko  
NIM : 04303-044  
Program Studi : Marketing Communication & Advertising  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk ARTOLITE  
Pada PT. ABETAMA SEMPURNA

Mengetahui,  
Pembimbing

**(Nurprapti.W. Widyastuti, S.Sos. M.Si.)**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

**LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk ARTOLITE Pada  
PT. ABETAMA SEMPURNA

Nama : Yudo Sudoko

Nim : 04303 – 044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing communication & Advertising

Jakarta, Agustus 2010

Ketua Sidang

**Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si**

(.....)

Penguji Ahli

**SM. Niken Restaty, M.si.**

(.....)

Pembimbing

**Nurprapti.W. Widyastuti, M.Si.**

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk ARTOLITE Pada  
PT. ABETAMA SEMPURNA  
Nama : Yudo Sudoko  
Nim : 04303 – 044  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Marketing communication & Advertising

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan Diterima Oleh  
Pembimbing

**(Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos, M.Si)**

Mengetahui

Dekan FIKOM

**(Dra. Diah Wardhani, M.Si)**

Ketua Program Studi

**(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)**

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmannirahim**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-NYA. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan akhir ini.

Dengan perjuangan serta doa yang tak henti akhirnya skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ARTOLITE PADA PT.ABETAMA SEMPURNA” dapat diselesaikan dengan baik guna, memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication and Advertising.

Selama menjalani proses penulisan, tentunya penulis tak lepas dari kendala atau hambatan. Namun berkat dorongan orang-orang terdekat yang selalu memberikan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, menjadikan penulis mampu menghadapi kendala yang datang tersebut.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Nurprapti W. Widyastuti M.Si selaku dosen pembimbing pertama atas kesediannya memberikan waktu untuk konsultasinya dan masukan masukan yang berharga, sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan baik dan semestinya. Terima kasih juga atas dukungan, semangat, koreksi dan kritik yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Dra Diah Wardani, MSi, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu
3. Ibu Tri Diah Cahyowati, MSi, Ketua Jurusan Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Wati Nuraeni Kepala Departement Marketing selaku nara sumber I PT.ABETAMA SEMPURNA.
5. Bapak Joko Yulianto Kepala Department Penjualan selaku nara sumber II PT.ABETAMA SEMPURNA.

Penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih banyak kepada orang-orang yang benar-benar berarti bagi hidupnya selama ini. *Special thanks to* :

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, semangat, masukan, nasehat serta doa yang tulus tiada henti-hentinya...Ibu & Bapak, terima kasih atas segala yang engkau berikan kepadaku, aku tidak ada apa-apanya tanpa dukungan serta nasehat dan ketulusan doa darimu I luv u all...
2. Untuk kakaku terima kasih sudah menjadi kakak yang terbaik untukku dan memberikan masukan kepadaku sampai peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Untuk adeku juga yang selalu terus menerus memberikan semangat dan dorongan yang tiada hentinya sehingga membuat aku dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Sahabat-sahabat seperjuangan Marcom & Advertising 2003...Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu memberikan masukan dorongan dan semangat for u all ilove u full.
5. Semua pengajar Bapak/ Ibu Dosen UNIVERSITAS MERCU BUANA yang telah memberikan ilmunya kepada kami semuanya khususnya pada penulis, selama penulis menempuh perkuliahan dari semester pertama sampai penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staf TU mas Mawi, mas Ervan, mba lia dan pak Sam, terima kasih atas bantuannya urusan surat menyurat.
7. Untuk kampus MERCU BUANA yang telah menyediakan tempat yang nyaman untuk membela ilmu
8. Serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik yang sangat membangun dari berbagai pihak yang membacanya.

Dan juga semoga skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Agustus 2010

Yudo Sudoku

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmannirahim**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-NYA. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan akhir ini.

Dengan perjuangan serta doa yang tak henti akhirnya skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ARTOLITE PADA PT.ABETAMA SEMPURNA”** dapat diselesaikan dengan baik guna, memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication and Advertising.

Selama menjalani proses penulisan, tentunya penulis tak lepas dari kendala atau hambatan. Namun berkat dorongan orang-orang terdekat yang selalu memberikan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, menjadikan penulis mampu menghadapi kendala yang datang tersebut.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Nurprapti W. Widyastuti M.Si selaku dosen pembimbing pertama atas kesediannya memberikan waktu untuk konsultasinya dan masukan masukan yang berharga, sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan baik dan semestinya. Terima kasih juga atas dukungan, semangat, koreksi dan kritik yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra Diah Wardani, MSi, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu
3. Ibu Tri Diah Cahyowati, MSi, Ketua Jurusan Marketing Communication Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Wati Nuraeni Kepala Departement Marketing selaku nara sumber I PT.ABETAMA SEMPURNA.
5. Bapak Joko Yulianto Kepala Department Penjualan selaku nara sumber II PT.ABETAMA SEMPURNA.

Penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih banyak kepada orang-orang yang benar-benar berarti bagi hidupnya selama ini. *Special thanks to* :

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, semangat, masukan, nasehat serta doa yang tulus tiada henti-hentinya...Ibu & Bapak, terima kasih atas segala yang engkau berikan kepadaku, aku tidak ada apa-apanya tanpa dukungan serta nasehat dan ketulusan doa darimu I luv u all...
2. Untuk kakaku terima kasih sudah menjadi kakak yang terbaik untukku dan memberikan masukan kepadaku sampai peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Untuk adeku juga yang selalu terus menerus memberikan semangat dan dorongan yang tiada hentinya sehingga membuat aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan Marcom & Advertising 2007 at-sahabat terbaikku yang selalu memberikan masukan dorongan dan semangat tor u all ilove u full.
5. Semua pengajar Bapak/ Ibu Dosen UNIVERSITAS MERCU BUANA yang telah memberikan ilmunya kepada kami semuanya khususnya pada penulis, selama penulis menempuh perkuliahan dari semester pertama sampai penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh staf TU mas Mawi, mas Ervan, mba lia dan pak Sam, terima kasih atas bantuannya urusan surat menyurat.
7. Untuk kampus MERCU BUANA yang telah menyediakan tempat yang nyaman untuk membela ilmu
8. Serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik yang sangat membangun dari berbagai pihak yang membacanya.

Dan juga semoga skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Agustus 2010

**Yudo Sudoko**

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Signifikansi Teoritis.....	7
1.5 Signifikansi Praktis .....	7
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	12
2.2.1 Segmentasi Pasar.....	21
2.2.2 Targeting (Pasar Sasaran) .....	23
2.2.3 Positioning .....	26
2.3 Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran.....	26
<b>BAB III    METODOLOGI</b>	
3.1 Sifat Penelitian .....	35
3.2 Jenis Penelitian.....	36
3.3 Metode Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Penentuan Nara Sumber.....	38
3.6 Teknik Analisa Data.....	38
3.7 Definisi Konsep.....	39

3.8 Fokus Penelitian .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.2.1 Analisa Faktor Kunci.....	49
4.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	52
4.2.3 Segmentation, Positioning and Targeting .....	53
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	55
4.2.5 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	57
4.2.6 Implementasi Media .....	59
4.2.7 Kendala-kendala yang dihadapi PT. ABETAMA SEMPURNA .....	63
4.2.8 Riset dan Evaluasi .....	64
4.3 Analisa dan Pembahasan.....	65
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN