

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SISTEM
AKSESINDO PERDANA DALAM PROMOSI SERVIS KEPADA
PELANGGAN**

SKRIPSI

**Oleh :
Julia Apiki
201410415126**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Sistem
Aksesindo Perdana Dalam Promosi Servis
Kepada Pelanggan
Nama Mahasiswa : Julia Apiki
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415126
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Desember 2018

Jakarta, 09 Januari 2019

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NID 0311036501


Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom

NID 041310015

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Sistem
Aksesindo Perdana Dalam Promosi Servis
Kepada Pelanggan

Nama Mahasiswa : Julia Apiki

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415126

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Desember 2018

Jakarta, 09 Januari 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Astuty Pohan, S.Sos, MM

NID 041303022

Penguji I : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NID 0311036501

Penguji II : Rina Sovianti, S.IP, M.I.Kom

NID 0041609009

MENGETAHUI,

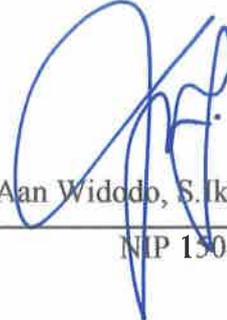
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIP 1602244

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Aan Widodo, S.Ikom., M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Sistem Aksesindo Perdana Dalam Promosi Servis Kepada Pelanggan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



Julia Apiki

201410415126

ABSTRACT

JULIA APIKI, 201410415126. *Marketing Communication Strategy of PT. Sistem Aksesindo Perdana in Promoting services to customers.*

This study aims to find out the marketing communication strategies conducted in PT. Sistem Aksesindo Perdana to customers. This type of research is descriptive qualitative method. Data collection techniques that are carried out are observation, interview, and documentation.

From the results of this study, it shows that there are 4 communication strategies carried out in PT. Sistem Aksesindo Perdana, it sales promotion, public relations and publicity, personal sales and direct marketing.

Marketing communication strategy at PT. Sistem Aksesindo Perdana the author found there was one of the used at PT. Sistem Aksesindo Perdana it Advertising. Because of the 4 theory used customers, they feel satisfied of quality products and good service to customers.

Keywords : Communication Strategy, Product, customer satisfaction.



ABSTRAK

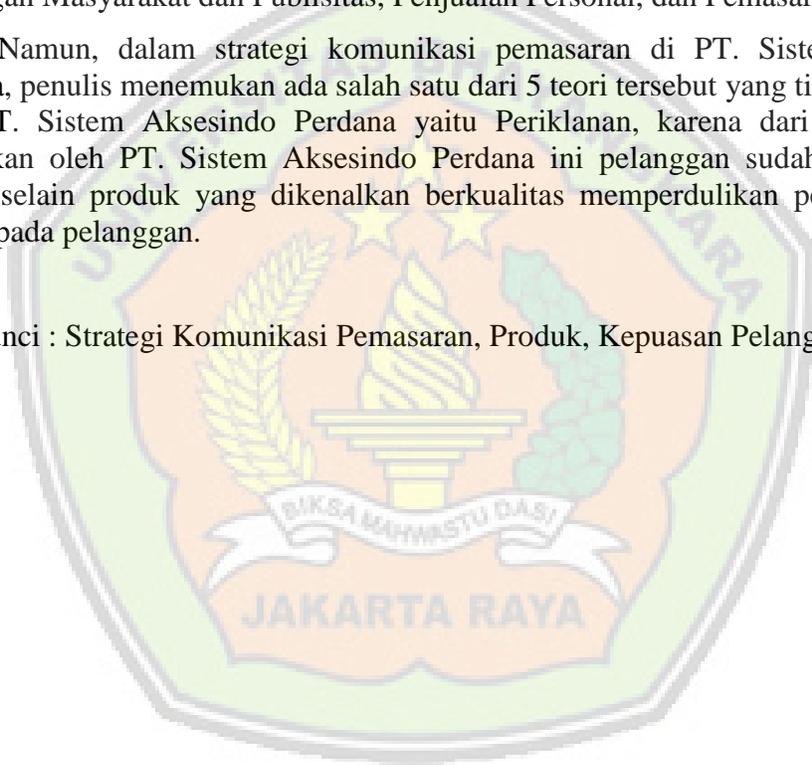
JULIA APIKI, 201410415126. Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Sistem Aksesindo Perdana Dalam Promosi Servis Kepada Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Sistem Aksesindo Perdana kepada pelanggan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu secara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana ada 4 yaitu : Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Penjualan Personal, dan Pemasaran Langsung.

Namun, dalam strategi komunikasi pemasaran di PT. Sistem Aksesindo Perdana, penulis menemukan ada salah satu dari 5 teori tersebut yang tidak digunakan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana yaitu Periklanan, karena dari 4 teori yang digunakan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana ini pelanggan sudah merasa puas karena selain produk yang dikenalkan berkualitas diperdulikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Produk, Kepuasan Pelanggan.



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah.-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Sistem Aksesindo Perdana dalam promosi servis kepada pelanggan.**

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki segala ketidaksempurnaan itu.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikannya. Terutama kepada kedua Orang Tua tercinta, atas dukungan yang tiada henti baik secara moril dan materil. Dan pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis. Berikut penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Bambang Karsono, Drs, S.H, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM sebagai pembimbing I
5. Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom sebagai pembimbing II
6. Elisabeth Dana Pertiwi, M.Si sebagai Pembimbing Akademik
7. Seluruh teman – teman Kertas Nasi dan seperjuangan yang selalu mendukung satu sama lain untuk menyelesaikan laporan ini hingga terselesaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi berarti yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran dalam promosi servis dimasa yang akan datang.

Jakarta, 09 Januari 2019



Julia Apiki



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Konsep.....	11
2.1.1 Komunikasi.....	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 Perumusan Strategi Pemasaran.....	13
2.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.5 Promosi Servis.....	17

2.1.6 Tujuan Melakukan Promosi.....	22
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 <i>Informan Dan Key Informan</i>	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1 Profile Perusahaan.....	35
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.1.3 Logo Perusahaan.....	35
4.1.4 Struktur Organisasi.....	36
4.1.5 Produk PT. Sistem Aksesindo Perdana.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Deskripsi Informan.....	43
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran PT. SAP.....	45
BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN.	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.2 Kerangka Berpikir.....	27



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis Kualitatif.....	32
Gambar 4.1 Logo PT. Sistem Aksesindo Perdana.....	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
Gambar 4.3 Ticket Dispenser.....	36
Gambar 4.4 Barrier Gate MX-80.....	36
Gambar 4.5 Barrier Gate Access Pro.....	36
Gambar 4.6 Pos Parkir.....	37
Gambar 4.7 Kamera CCTV	37
Gambar 4.8 Tripod.....	38
Gambar 4.9 Wing Barrier.....	38
Gambar 4.10 Swing Barrier.....	38
Gambar 4.11 Parking Lock.....	39
Gambar 4.12 Dynamic Digital Signage.....	39
Gambar 4.13 Parking Guidance System.....	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kompetitor.....	4
Tabel 1.2 Jenis Servis dan Nama Kompetitor.....	5
Table 3.1 Para Informan.....	29

