**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN TRANSPORTASI BUS BPU. ROSALIA INDAH SOLO DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENUMPANG**



**ARJUANTINA**

**153070066**

Diajukan

Untuk memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta**

**2011**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah di uji dan dinyatakan lulus dihadapan tim penguji skripsi pada :

Hari, tanggal : 24 November 2011

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN TRANSPORTASI BUS BPU. ROSALIA INDAH SOLO DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENUMPANG**

Penyusun : Arjuantina

NIM : 153070066

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

 **Dosen Tanda Tangan**

**Pembimbing I**

**Ida Wiendijarti,S.Sos.M.Si (……………………………)**

 **(NPY. 268 069 600 631)**

**Pembimbing II**

**Sigit Tripambudi,S.Sos.M.Si (…………………………….)**

 **(NPY. 272 069 701 551)**

 **Penguji I**

**Prayudi,SIP,MA.PhD (…………………………….)**

 **(NPY.273 099 802 021)**

 **Penguji II**

**Retno Hendariningrum, SIP,M.Si (…………………………….)**

 **(NPY.269 069 600 641)**

**MOTTO**

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“*Sesungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan*”

(QS.Al-Insyirah :6)

**لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا**

“*Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya*”

(QS. Al-Baqarah:186)

“Sesungguhnya Allah tidak melihat kepada tubuhmu maupun rupamu, tetapi melihat kepada hatimu”

(HR. Muslim)

“Tubuh kita selalu melewati enam keadaan: sehat, sakit, mati, hidup, tidur dan bangun. Hidupnya hati adalah berkat bertambahnya ilmu, dan matinya adalah akibat tiadanya ilmu. Sehatnya hati adalah berkat keyakinan, sakitnya adalah keragu-raguan. Tidurnya hati adalah kelalaian dan bangunnya hati bersal dari dzikir yang dilakukan”

(Bihar al-Anwar)

**PERSEMBAHAN**

**🙡 🙣**

**Terucap Puji Syukur kepada Allah SWT atas semua rahmat, hidayah serta kesempatan dan dengan segala keikhlasan**

**Arjuantina persembahkan skripsi ini untuk :**

**⮱ Allah SWT dan Rasulullah SAW,**

**sebagai bukti ibadahku ⮰**

**⮱ Bapak Ponijo tercinta dan Mamak Suprihatin tersayang,**

**sebagai bukti ketaatanku ⮰**

🙞🙜

**KATA PENGANTAR**



 Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, tiada kata yang paling indah yang dapat penulis ucapkan karena sampai saat ini penulis masih diberi kenikmatan baik secara material maupun immaterial, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Transportasi Bus BPU. Rosalia Indah Solo Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penumpang” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Public Relations Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Skripsi ini dapat selesai tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu baik dalam penelitian, penyusunan skripsi, maupun selama kuliah disini. Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ida Wiendijarti,S.Sos.M.Si selaku dosen pembimbing I dalam pelaksanaan skripsi dari awal hingga selesai
2. Bapak Sigit Tripambudi,S.Sos.M.Si selaku dosen pembimbing II terimakasih atas bimbingan, perhatian dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis
3. Bapak Prayudi,SIP,MA selaku dosen penguji pertama yang sangat teliti terimakasih atas masukan yang telah diberikan.
4. Ibu Retno Hendariningrum,SIP,M.Si selaku dosen penguji kedua terimakasih atas sarannya.
5. Bapak Drs. Eko Sumarso,M.M selaku Manager Operasional BPU. Rosalia Indah Solo yang telah memberikan ijin penelitian
6. Bapak Arinto Kameswara,B,Tn (Phill) selaku Kepala Sie Litbang, Training & Pembinaan BPU. Rosalia Indah Solo dalam bantuan pemberian data yang dibutuhkan penulis
7. Bapak Danis Andrianto selaku Asisten Supervisor Public Relations BPU. Rosalia Indah Solo atas waktu yang diberikan untuk penelitian
8. Bapak dan Mamak tercinta, serta Mas Arie dan Dhe Inu tersayang atas dukungan moral dan material. Semoga Allah menjadikannya sebagai penghuni-penghuni surga-Nya kelak Allahumma Amin
9. Mas Totok Sudaryanto terimakasih atas bantuan, dukungan, dan kasih sayank yang diberikan pada penulis selama ini. Semoga Allah membalas dengan pahala yang berlimpah Allahumma Amin
10. Bapak H.M Soengkono dan Bapak Adi Purnomo terimakasih atas nasehat yang sangat berguna bagi penulis selama ini, semoga Allah selalu memberi kekuatan dalam menjalani hidup Allahumma Amin.
11. Temen-temen Organisasi Karang Taruna RT 14 Glendongan, Tambak Bayan atas segala dukungan semangat, dan kerjasamanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
12. Temen-temen Kesenian Tradisional Jathilan Kudho Prasetyo Glendongan atas segala dukungan. Semoga Allah mempermudah untuk selalu melestarikan kesenian tradisional bangsa kita.
13. Temen-temen angkatan 2007 UPN “Veteran” Yogyakarta Puput, Eva, Adit, Agung, Ana, dan yang lainnya terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya, semoga Allah memberikan jalan kemudahan untuk mencapai kesuksesan bagi kita semua.
14. Sahabat-sahabat ku yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas semangatnya. Semoga Allah SWT selalu memberikan keselamatan dimana pun para sahabat berada.

**DAFTAR ISI**

|  |  |
| --- | --- |
| HALAMAN JUDUL…………………………………….. ………………… HALAMAN PENGESAHAN………………………………………………. HALAMAN MOTTO……………………………………............................... HALAMAN PERSEMBAHAN……………………………………………... KATA PENGANTAR……………………………………….......................... DAFTAR ISI…………………………………………………………………DAFTAR TABEL…………………………………………………. ………..DAFTAR GAMBAR………………………………… …………...................ABSTRAK…………………………………………………………………… ABSTRACK…………………………………………………………………. | iiiiiiivvviiixixiixiiixiv |
| BAB IBAB IIBAB IIIBAB IVBAB V | ::::: | PENDAHULUAN* 1. Latar Belakang……………………………………………
	2. Rumusan Masalah…………………………………...........
	3. Tujuan Penelitian…………………………………………
	4. Manfaat Penelitian………………………………………..

1.5 Kerangka Teori* + 1. Teori Compliance Gaining……………………........

 1.5.2 Strategi Komunikasi Pemasaran……………….......  TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Pemasaran 2.1.1 Definisi Pemasaran………………………………… 2.1.2 Konsep Pemasaran………………………….............  2.1.3 Komunikasi Pemasaran…………………………….. 2.1.4 Fungsi Pemasaran…………………………………..  2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran 2.2.1 Perencanaan……………………………….………..  2.2.2 Implementasi………………………………..............  2.2.3 Evaluasi……………………………………..............METODE PENELITIAN 3.1 Jenis Penelitian…………………………………………... 3.2 Obyek Penelitian………………………………………… 3.3 Jenis Data………………………………………………... 3.4 Lokasi Penelitian………………………………………… 3.5 Teknik Pengumpulan Data………………………………. 3.6 Teknik Analisis Data……………………………….. …... 3.7 Validitas Data……………………………………….. …..HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 4.1 Deskripsi BPU. Rosalia Indah Solo 4.1.1 Sejarah dan Perkembangan………………………… 4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan 4.1.2.1 Visi Perusahaan………………………………… 4.1.2.2 Misi Perusahaan………………………………... 4.1.2.3 Tujuan Perusahaan……………………………... 4.1.3 Lokasi Perusahaan……………................................. 4.1.4 Makna Lambang BPU. Rosalia Indah Solo ……….. 4.1.5 Kesejahteraan Karyawan………………………….. 4.1.6 Pelatihan-pelatihan Karyawan…………………….. 4.1.7 Struktur Organisasi BPU. Rosalia Indah Solo …….. 4.2 Hasil Penelitian 4.2.1 Pemasaran BPU. Rosalia Indah Solo………………. 4.2.2 Fungsi, Tugas, dan Tujuan BPU. Rosalia  Indah Solo………………………………………….. 4.2.3 Perencanaan  4.2.3.1 Segmenting dan Positioning…………………… 4.2.3.2 Produk, Merek, dan Diferensiasi………………. 4.2.3.3 Penetapan Harga………………………….......... 4.2.3.4 Sistem Distribusi……………………………….. 4.2.3.5 Perencanaan Kegiatan Komunikasi  Pemasaran BPU. Rosalia Indah Solo…………... 4.2.3.6 Perencanaan Media…………………..………… 4.2.3.7 Perencanaan Anggaran…….…………………… 4.2.4 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran 4.2.4.1 Pelaku Komunikasi Pemasaran BPU. Rosalia  Indah Solo…………………………..………….. 4.2.4.2 Dari Segi Pelayanan BPU. Rosalia Indah Solo…………………………………………….. 4.2.4.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan  Komunikasi Pemasaran………………………… 4.2.5 Evaluasi Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran BPU. Rosalia Indah Solo………………4.3 Pembahasan……………………………………………….PENUTUP 5.1 Kesimpulan………………………………………………. 5.2 Saran……………………………………………………... | 16667917171819202121232830313132323436384343434344454549515758596062626363696985919294100101 |
| DAFTAR PUSTAKA |  |

**DAFTAR TABEL**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4.14.24.34.4 | Bonus Libur Karyawan………………………………………………..Jenis Bus dan Fasilitas………………………………………………...Paket Tour……………………………………………………………..Jumlah Penumpang…………………………………………………… | 46607693 |

**DAFTAR GAMBAR**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.11.24.14.24.34.44.54.64.74.84.94.104.11 | Unsur-unsur Komunikasi Philip Kotler……………………………….Model Komunikasi Pemasaran ……………………………………….Kantor Pusat …………………………………………………………..Agen BPU. Rosalia Indah……………………………………………..Struktur Organisasi …………………………………………………...Armada BPU. Rosalia Indah ……………………………….................Spanduk Pusat ………………………………………………………...Spanduk Agen ………………………………………………………...X-banner ……………………………………………………………...Brosur Trayek Regular ………………………………………………..Brosur Paket Wisata …………………………………………..............Member Card RI-Plus ………………………………………………...Tabloid Rihoz………………………………………………………… | 11164444516171727374768083 |

**ABSTRAK**

Strategi komunikasi pemasaran merupakan hal yang paling penting di bidang pemasaran baik jasa maupun produk. Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Transportasi Bus BPU. Rosalia Indah Solo Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penumpang” ini menitikberatkan pada upaya BPU. Rosalia Indah Solo menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penumpang mengingat adanya peningkatan jumlah pengusaha bus.

 Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah BPU. Rosalia Indah Solo. Objek penelitian menitikberatkan pada strategi komunikasi pemasaran sebagai upaya meningkatkan jumlah penumpang. Data yang digunakan adalah primer dari nara sumber dan sekunder berupa studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipasi, wawancara dengan nara sumber dan studi pustaka.

 Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPU. Rosalia Indah Solo telah melakukan keseluruhan aktifitas komunikasi pemasaran sesuai dengan elemen-elemen dalam strategi komunikasi pemasaran yaitu *advertising,personal selling, sales promotions,public relations dan direct marketing*. BPU. Rosalia Indah Solo mampu bersaing dengan selalu meningkatkan fasilitas dan pelayanannya. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya permintaan perjalanan baik itu regular atau pariwisata pada setiap tahunnya.

 Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran melalui personal selling, sales promotions, dan direct marketing BPU. Rosalia Indah Solo merasakan adanya peningkatan jumlah penumpang setiap tahunnya.

**ABSTRACT**

 Marketing communication strategy is one a real important things in marketing area of either service or product. In entitling research “Marketing Communication Strategy company of transportation of bus BPU. Rosalia Indah Solo in the effort improving passenger amount” this reference at effort BPU. Rosalia Indah Solo applies marketing communication strategy to improving passenger amount existence effort bus.

 Research method is using this research qualitative research having the character of descriptive. BPU. Rosalia Indah Solo is subject from this research. Object of marketing communication strategy as effort improving passenger amount. Data applied is primary from information sources and secondary data in the form of book study. Data collecting is done with observation non participation, interview with information sources, and divining manual.

 Result of this research that BPU. Rosalia Indah Solo has done overall of marketing communications activity as according to element in marketing communication strategy is advertising, personal selling, sales promotions, public relations, and direct marketing. BPU. Rosalia Indah Solo able to view with the armada repair and its facility. This matter is proved by increase of request of tourism transportation journey of passing bureau of tourism transportation journey at years.

 Become inferential that by using strategy of marketing communications of passing personal selling, sales promotions, and diret marketing BPU. Rosalia Indah Solo feel the existence of improvement of passenger amount at years.

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN TRANSPORTASI BUS BPU. ROSALIA INDAH SOLO DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENUMPANG**

Nama : Arjuantina

NIM : 153070066

DISETUJUI OLEH:

 Pembimbing I Pembimbing II

 **Ida Wiendijarti,S.Sos.M.Si Sigit Tripambudi,S.Sos.M.Si**

 **NPY. 268 069 600 631 NPY. 272 069 701 551**

**PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

****

Yang bertanda tangan di bawah ini :

 Nama : Arjuantina

 NIM : 153070066

 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan skripsi yang disusun dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Transportasi Bus BPU. Rosalia Indah Solo Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penumpang”**  ini, secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya sanggup menerima segala sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

 Yogyakarta, 15 Desember 2011

 Yang Menyatakan

 Arjuantina

 NIM. 153070066

🙞🙜

LAMPIRAN

🙞🙜