



MERCU BUANA

**Strategi Komunikasi Pemasaran PERUM DAMRI,
Pada Angkutan Lebaran Tahun 2005.**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata
(S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

NAMA : SUHANA INDRYATI
NIM : 04302-044
JURUSAN : MARCOMM & ADVERTISING

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARCOMM & ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2006



MERCU BUANA

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perum Damri Pada
Angkutan Lebaran Tahun 2005.

Nama : Suhana Indryati

Nim : 04302-044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcomm & Advertising



UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA

Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana, Msi)

Pembimbing II

(Tri Diah Cahyowati, Msi)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Suhana Indryati

Nim : 04302-044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcomm & Advertising

Jakarta,

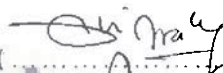
Ketua Sidang

Nama : Dra Agustina Zubair.Msi

()

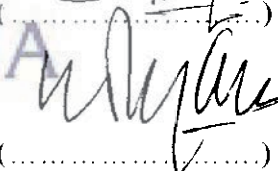
Penguji Ahli

Nama : Nurprapti W.W.S.Sos.Msi

()

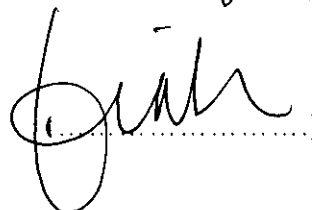
Pembimbing I

Nama : Drs. Akmad Mulyana, Msi.

()

Pembimbing II

Nama : Tri Diah Cahyowati, Msi.

()



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Suhana Indryati

Nim : 04302-044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcomm & Advertising

Jakarta,

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana, Msi)

Pembimbing II

(Tri Diah Cahyowati, Msi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardani, Msi.)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Ahmad Mulyana, Msi)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayahnya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang diharapkan. Pada dasarnya skripsi ini, merupakan salah satu materi kurikulum yang harus diselesaikan oleh setiap mahasiswa untuk memenuhi salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) jurusan MarComm & Advertising pada Universitas Mercu Buana. Agar setiap mahasiswa yang telah mendapatkan bekal ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah dapat diterapkan dalam mengevaluasi, menganalisa, serta memecahkan suatu permasalahan yang berhubungan dengan disiplin ilmu.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan masukan-masukan dan bimbingan serta pengarahan-pengarahan, maka dalam kesempatan ini perkenankanlah dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa penghargaan dan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Ayahanda dan Ibunda yang tercinta yang selalu berdoa untuk anak-anaknya serta memberikan dorongan kepada penulis yang cukup besar.
2. Bapak Drs.Ahmad Mulyana,M.Si. Selaku Ketua jurusan Marcomm & Advertising dan pembimbing ke-I yang selalu banyak membantu dan memberikan masukan kepada penulis.
3. Ibu. Dra. Tri Diah Cahyowati,M.Si. Selaku Pembimbing ke-II, yang selalu memberikan perhatiannya dan kesabarannya dalam memberikan masukan kepada penulis. Terima kasih atas waktu dan ilmu yang ibu berikan,

karena dengan setiap bertambah ilmu ku, bertambah pula aku mengenal kebodohan ku.

4. Ibu. Dra. Diah wardani, M.Si. selaku Dekan Fakultas Komunikasi.
5. Ibu. Dra. Agustina Zubair, Msi. selaku Ketua Sidang Skripsi dan Ibu. Nurprapti, WW.S.sos, Msi, selaku Penguji Ahli Sidang Skripsi dan yang telah meminjamkan tape recorder kepada penulis.
6. Seluruh Staf Tata usaha di fakultas komunikasi, yang memberikan kemudahan dalam mengurus surat-surat Pak. Hari, Mas. Mawi, Mas. Erfan dan Mba. Lila.
7. Kekasihku yang tercinta Muryadi, yang selalu memberikan motivasi, meluangkan waktunya dan memberikan perhatiannya kepada penulis yang cukup banyak dalam membantu proses skripsi ini.
8. Kakakku yang tercinta yang telah memberikan kasih sayang, serta doa kepada penulis dengan tulus untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan ku Latifah dan Yereza terus memberikan inspirasi dan masukan kepada penulis. Thanks ya. Adi (angkatan '01) yang telah memberi masukan kepada penulis. Buat Pe...cepatan nyusul skripsi, thank ya bukunya. "Selalu semangat jangan lupa ibadah dan berdoa".
10. Rekan – rekan Mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan MarComm & Advertesing angkatan 2002, teman-teman Kewirausahaan lanjutan angkatan satu dan semua pihak yang membantu dalam proses skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan laporan ini, masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat di harapkan oleh penyusun dari semua pihak guna kesempurnaan dalam pembuatan laporan selanjutnya.

Akhir kata penyusun hanya dapat mendo'akan semoga amal kebaikan rekan – rekan dan sahabatku sekalian mendapatkan balasan dari Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada semua.Amin.



DAFTAR ISI

Abstraksi	Hal
Lembar Persetujuan Skripsi	i
Tanda lulus siding	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar isi	iv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penulisan	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Akademis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II : KERANGKA TEORI	
2.1. Proses Komunikasi	7
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.2.1. <i>Key Factor analysis</i> (analisis faktor Kunci)	12
2.2.2. <i>Promotion Objective</i> (Sasaran promosi)	13
2.2.3. <i>Positioning</i>	14
2.2.4. <i>Communication Budget</i> (Anggaran)	15
2.2.4. <i>Research dan Evaluation</i> (Riset dan Evaluasi)	16
2.3. Alat – alat komunikasi pemasaran	16
2.3.1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	17
2.3.2. Promosi Penjualan. (<i>Sales Promotion</i>)	18
2.3.3. Penjualan tatap muka (<i>Personal Selling</i>)	19
2.3.4. Hubungan Masyarakat (<i>Public relations and Publisitas</i>)	21
2.3.5. Penjualan Pos Langsung (<i>Direct response</i>)	25
BAB III : METODOLOGI	
3.1. Sifat Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Penentuan Nara sumber	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.5. Fokus Penelitian	31
3.6. Analisis Data	33
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran umum Perusahaan umum Damri	36
4.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	36
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	38
4.1.3. Maksud dan Tujuan Perusahaan	38
4.1.4. Nilai-nilai Perusahaan	39

4.1.5. Struktur Organisasi	39
4.1.6. Jenis-jenis jasa Perum Damri	42
4.2. Hasil Penelitian	43
4.3. Komunikasi Pemasaran.....	44
4.4. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	45
4.5. Strategi Komunikasi Pemasaran	46
4.6. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran	49
4.6.1. <i>Key Factor analisis</i> (analisis faktor Kunci)	49
4.6.2. <i>Promotion Objective</i> (Sasaran promosi)	53
4.6.3. <i>Positioning</i>	54
4.6.4. <i>Communication Budget</i> (Anggaran)	55
4.6.5. <i>Research dan Evaluation</i> (Riset dan Evaluasi)	56
4.7. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	59
4.7.1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	59
4.7.2. Promosi Penjualan. (<i>Sales Promotion</i>)	62
4.7.3. Hubungan Masyarakat (<i>Public relations and Publisitas</i>)	64
4.8. Pembahasan.....	66
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

