



**Strategi Pemasaran Langsung PO Bejeu Melalui Bejeu Ticketing
Online (Periode Mei - Juni 2014)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
(S1) Marketing Communication and Advertising**

Disusun Oleh:

WISNU ARDY NUGROHO

44310010063

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PEMASARAN LANGSUNG PO.
BEJEU MELALUI BEJEU TICKETING ONLINE
PERIODE MEI - JUNI 2014

Nama : Wisnu Ardy Nugroho

Nim : 44310010063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Desember 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(Razie Razak M. Ikom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PEMASARAN LANGSUNG PO.
BEJEU MELALUI BEJEU TICKETING ONLINE
PERIODE MEI - JUNI 2014

Nama : Wisnu Ardy Nugroho

Nim : 44310010063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 20 Desember 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Razie Razak M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PEMASARAN LANGSUNG PO.
BEJEU MELALUI BEJEU TICKETING ONLINE
PERIODE MEI - JUNI 2014

Nama : Wisnu Ardy Nugroho

Nim : 44310010063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

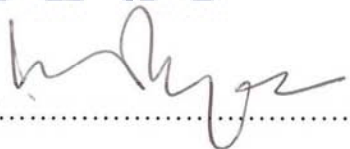
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Desember 2014

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana., M.Si


(.....)


Penguji Ahli,

Judhie Setiawan., M.Si


(.....)

Pembimbing I

Razie Razak., M.Ikom


(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wisnu Ardy Nugroho
Nim : 44310010063
Progam Studi : Marketing Communication and Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Desember 2014

Wisnu Ardy Nugroho

44310010063

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya dalam segala hal maka terselesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa shalawat dan salam penulis sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita sebagai umatnya hingga akhir zaman. Dan kepada kedua orang tua penulis sembah sujud atas keridhoannya yang sudah mendidik dan membimbing dalam menjali kehidupan ini. Berkat doa dan dukungan merekalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Promosi PO. Bejeu melalui Bejeu Ticketing Online periode Juli – Agustus 2014 “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication & Advertising di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tak lepas dari berbagai kesulitan. Berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak maka kesulitan dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara moril dan materil. Kepada :

1. Kepada Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, Selaku Ketua Kaprodi Jurusan Marcomm & Advertising.
2. Kepada Bpk. Razie Razak M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah sabar selalu memberikan masukan, solusi dan semangat bagi penulisan skripsi ini.
3. Bpk. Rofiudin dan Bpk. Rifqy selaku Owner dan Manajer Operasional PO. Bejeu yang telah mengizinkan dan memperkenankan saya memakai program strategi promosi PO. Bejeu melalui Bejeu Ticketing Online sebagai bahan untuk penelitian skripsi.
4. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan baik dalam segi moril dan materil. terutama kedua orang tua ku Bapak, Ibu, yang selalu mendoakan serta keluarga besar ku yang berada di Jawa Tengah, Jogjakarta, dan Jawa Timur
5. Sahabat-sahabat terbaik ku di jurusan Marketing Communication and Advertising yang selalu memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini .

Peneliti menyadari bahwa dalam laporan magang ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi memperbaiki laporan sidang magang ini.

Jakarta, 26 November 2014

Wisnu Ardy Nugroho

DAFTAR ISI**ABSTRAKSI**

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktisi	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Pemasaran Jasa	17
2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning	22
2.4.1 Segmentasi	22
2.4.2 Targeting	23
2.4.3 Positioning	23
2.5 Strategi Promosi	24
2.5.1 Perencanaan Strategi Promosi	27
2.5.2 Pelaksanaan Strategi Promosi	35
2.6 Elemen Bauran Promosi	36
2.7 Internet	43
2.8 Internet Marketing	54
2.8.1 Facebook	57
2.8.2 Twitter	60
2.9 Pemasaran Langsung	64

2.10 Ticketing Online.....	69
----------------------------	----

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	74
3.2 Sifat Penelitian	74
3.3 Metodologi Penelitian	75
3.4 Teknik Pengumpulan Data	76
3.5 Subjek Penelitian	78
3.6 Teknik Analisis Data	79
3.7 Teknik Keabsahan Data	79

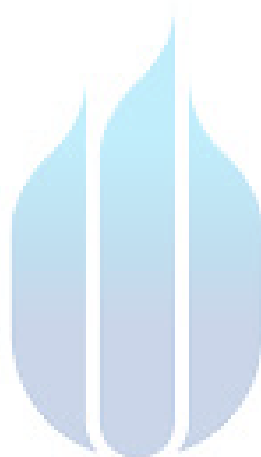
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Perusahaan	80
4.1.1 Profil Perusahaan	80
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	83
4.1.3 Struktur OrganisasiPerusahaan	84
4.2 Hasil Penelitian	87
4.2.1 Perencanaan Strategi Promosi	88
4.2.1.1 Mengidentifikasi STP	88

4.2.1.2 Mengidentifikasi Kompetitor PO. Bejeu	95
4.2.2 Pelaksanaan Strategi Promosi	97
4.2.2.1 Strategi Promosi melalui Bejeu Ticketing Online.....	97
4.2.2.2 Konsep Kegiatan Promosi Bejeu Ticketing Online.....	111
4.3 Pembahasan	114
4.3.1 Perencanaan Strategi Promosi.....	116
4.3.1.1 Analisis STP.....	116
4.3.1.2 Analisis Kompetitor PO. Bejeu.....	118
4.3.2 Pelaksanaan Strategi Promosi.....	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1 Data Keseluruhan Jumlah Penumpang PO. Bejeu (Pertayek) 2014	89
---	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

1.1 Grafik Perkembangan Jumlah Bus AKAP dan Pariwisata Tahun.....	2
2.1 Segitiga Jasa (Triangle Service)	21
4.1 Struktur Organisasi PO. Bejeu.....	84
4.2 Grafik Jumlah Penumpang PO. Bejeu (Januari – Agustus) 2014	89
4.3 Presentase jumlah penumpang PO. Bejeu (Januari- Agustus) 2014	93
4.4 Slogan PO. Bejeu	94
4.5 Langkah-langkah penggunaan Bejeu Ticketing Online	98
4.6 Grafik peningkatan jumlah pengguna Bejeu Ticketing Online	110
4.7 Konsep promosi Bejeu Ticketing Online	112
4.8 Promosi Bejeu Ticketing Online melalui Facebook	112
4.9 Promosi Bejeu Ticketing Online melalui Twitter	113

DAFTAR LAMPIRAN

Data-data mengenai Bejeu Ticketing Online

Gambar-Gambar

Surat Permohonan Wawancara

Surat Bukti Telah Melakukan Wawancara Dari PO. Bejeu

Draft Pertanyaan Wawancara

Transkrip Wawancara

Curriculum Vitae



UNIVERSITAS
MERCU BUANA