

ABSTRAK

PUTRI JUIWTA MEKAR SARI. NPM: 1951017, Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Pengiriman J&T Express di Cabang Baturaja. Skripsi (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Di bawah Bimbingan Yunizir Djakfar, M.I.P sebagai pembimbing I dan Darwadi M.S, M.I.Kom sebagai Pembimbing II.

Kondisi persaingan jasa pengiriman saat ini yang semakin ketat membuat perusahaan jasa pengiriman untuk saling bersaing dalam mempertahankan jasa pengiriman dan pelanggan. Agar perusahaan memenangkan pasar persaingan dibutuhkan perencanaan dan strategi, maka strategi pemasaran berfungsi sebagai alat untuk mengenalkan produk atau jasa nya meginformasikan keunggulan produk atau jasa nya dan meyakinkan masyarakat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Perencanaan asumsi teori ini menggunakan tiga tingkatan mulai dari tujuan sosial, meta goals, ingatan kerja. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode penelitan kualitatif adalah metode dengan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini wawancara mendalam akan dilakukan kepada pihak J&T Express cabang Baturaja dan beberapa pelanggan J&T Express cabang di Baturaja.

Hasil penelitian adalah J&T Express menggunakan strategi media promosi melalui media sosial seperti instagram facebook whatsapp dan pendekatan secara langsung,dengan customer, J&T Express memilih memasarkan produk nya melalui media sosial karena dengan cara itu dianggap efektif dan dari media sosial lah pelanggan secara langsung mengetahui informasi tentang J&T Express, pelanggan bisa menghubungi pihak J&T melalui pesan atau DM lewat instagram jika ingin mengirimkan paket nya menggunakan J&T Express sekaligus meningkatkan minat customer menggunakan J&T Express. Dengan hal ini strategi yang digunakan oleh J&T Express yaitu strategi media promosi. Tujuan promosi untuk mempengaruhi dan membujuk pelanggan agar tertarik hingga mau menggunakan jasa pengiriman yang ditawarkan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran J&T Express



ABSTRACT

PUTRI JUWITA MEKAR SARI. NPM. 1951017. " Marketing Communication strategy for J&T Express Delivery Services at Bauraja thesis branch (S-1) Majoring in communication science, faculty of social science and political science baturaja University under the guidance of Yunizir Djakfar, M.I.P as suoervisor I and Darwadi, M.S , M.I.Kom as supervisor II

Today's competitive conditions for delivery service are getting tougher, making delivery services companies compete with each other in maintaining delivery service and customers. In order for a company to win market competition, planning and strategy functions as atool to introduce its product or service, inform the superiority of its product or service and convince the public. In this study, reserchers used planning theorywith the assumption that this theory uses three levels, startting from sicial goals, meta goals, working memory. This study uses qualitative research methods are methods by collection data which is carried out by means of observation and in-depth interviews will be conducted with the J&T Express Baturaja branch of J&T Express and several customers of the Baturaja branch off J&T Express.

The resulth of the study are that J&T Express uses media promotion strategies through social media such as instagram facebook whatsapp and approaches directly with customers, J&T Express choosee to market its products throught social media because that way is considered effective and it is from social media that customers directly find out information about J&T Express via message via instagram if they want to send their packages using J&T Express. With this is a media promotion strategy. Promotional purposes to influence and persuade customers to be interested so they want to use the shipping services offered.

Keywords: Strategy, Marketing Communication J&T Express.

Email : putrimaika25@gmail.com

