ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN PEMASARAN PT.KERETA API INDONESIA (PERSERO) KANTOR PUSAT BANDUNG MELALUI PROMOSI TIKET DALAM MENARIK MINAT PELANGGANNYA

Oleh :
Indra Saputra
NIM : 41806113

Skripsi ini di bawah bimbingan :
Rismawaty, S.Sos., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Bagaimana Strategi Komunikasi Bagian Pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung Melalui Promosi Tiket Dalam Menarik Minat Pelanggannya.** Untuk menjawab masalah diatas maka peneliti mengangkat indikator Rencana, Pesan, Kegiatan, Tujuan, Media, dan Strategi Komunikasi untuk mengukur penelitian yakni Strategi Komunikasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *deskriptif*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan pencarian di internet. Informan penelitiannya adalah Bagian Pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung yang berjumlah 2 (dua) orang, dan key informan penelitiannya adalah pelanggan kereta api sebanyak 2 (dua) orang . Teknik analisis data adalah penyeleksian data, klasifikasi data, pengolahan data, mengecek kelengkapan data dan menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan Bagian Pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung memiliki **rencana** yang telah disusun dengan melihat situasi dan kondisi dilapangan, melalui **pesan** yang bersifat informatif dan persuasif dan melakukan **kegiatan** promosi tiket untuk mencapai **tujuan** yaitu untuk menarik minat pelanggan atau meningkatkan okupansi kereta api dan volume penumpang dengan penggunaan **media** massa untuk menyampaikan informasi pelayanan kemudahan pemesanan tiket melalui call center 121, website www.kereta-api.co.id, akses, indomaret dan kantor pos. bagian pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung agar memudahkan pelanggan memesan tiket dengan melakukan **strategi komunikasi** yang efektif kepada pelanggannya.

Kesimpulan dari hasil penelitian Strategi Komunikasi Bagian Pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam menarik minat pelanggan PT.Kereta Api Indonesia (Persero) lebih banyak menggunakan media massa dan kerjasama dengan agen-agen penjualan dan beberapa pihak- pihak dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan mengadakan promosi tiket

Saran peneliti kepada perusahaan PT.Kereta Api Indonesia (Persero) tetap memberikan informasi tentang pelayanan pemesanan tiket melalui Call Center 121, website dan tetap mempertahankan kerjasama dengan akses, indomaret dan kantor pos.

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY MARKETING DEPARTMENT PT . KERETA API INDONESIA (PERSERO) KANTOR PUSAT BANDUNG VIA A PROMOTION TICKET IN INTERESTS CUSTOMERS

By
Name : Indra Saputra
NIM : 41806113

This research be guidance:
Rismawaty, S.Sos., M.Si

*This research aims to detect **Communications Strategy Marketing Department PT . Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung Via A Promotion Ticket In Interests Customers**. To answer the issues raised above, so researchers Plan indicators, messages, activities, objectives, Media, and communication strategy to measure the research that is communication strategy.*

this research using approach qualitative with the methods of descriptive . data obtained through an interview , observation , the study library , and search in the internet . an informer research is the marketing PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung that around 2 (two) a person , and key informer research is customers railroad as much as 2 (two) a person . engineering analysis of data is penyeleksian data , classifications data , data processing , check completeness data and analyzing data .

the result showed the marketing PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung having plans which had been arranged to see the situation and conditions in the field , through a message is informatif and persuasive and engage in the promotion of a ticket to accomplish a purpose i e to draw customers ' interest or increase okupansi trains and the volume of passengers with the use of mass media to convey information service ease reserving a through ticket via call center 121, website www.kereta-api.co.id, indomaret, kantor pos, akses and pay a ticket to bank mandiri,bank bri, bank bii and bank bpd. .

conclusions from the study strategy communication department marketing PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Bandung in interest costumer PT.Kereta Api Indonesia (Persero) greater use mass media and cooperation with agent of sales and several parties in rise the quality of services to customers by hold promotion ticket.

Suggestion researchers to company order PT.Kereta Api Indonesia (Persero) tp give information of services reservation ticket via call center 121, website www.kereta-api.co.id, and cooperation agent of sales (akses, indomaret and kantor pos).