UNIVERSITAS GADJAH MADA
Komunikasi Pemasaran Jasa Taksi (Studi Kasus Praktik Komunikasi Pemasaran Perusahaan Konsorsium Taxi 373737 di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2015-2019)
TIARA FIRDA SANI, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Intisari

Penelitian ini merupakan sebuah studi kualitatifdengan metode studi kasus yang dilakukan untuk mengidentifikasi aktifitas komunikasi pemasaran Taxi 373737 yang dilakukan oleh perusahaan konsorsium taksi untuk mengajak masyarakat umum daerah istimewa yogyakarta untuk menggunakan transportasi umum salah satunya Taxi 373737. Berdiri sejak tahun 1990-an dari satu perusahaan bernama PT Jari Alam Supatra yang bergerak dalam bidang jasa transportasi taksi yang lalu berkembang dan melakukan konsorsium dengan PT Citra Chandrapanca, lalu sewu taksi, wastu taksi, dan mulia taksi. Data primer dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam kepada Manager Operasional Taxi 373737 Herry Jaka Dwikoranta, sedangkan data penelitian ini menemukan bahwa Perusahaan Konsorsium Taxi 373737 sebagai perusahaan penyedia layanan Jasa taksi tidak memiliki tim khusus pemasaran ataupun perencanaan kegiatan pemasaran secara formal. Meskipun begitu dalam praktiknya perusahaan konsorsium Taxi 373737 memiliki dan menjalankan beberapa program komunikasi pemasaran sebagai alat promosi mereka. Program komunikasi pemasaran yang pertama adalah publisitas dalam bentuk berita yang dimuat di media online dan media cetak. Program komunikasi pemasaran lain yang dilakukan adalah advertising, sales promotion, event and experiences, and online and social media marketing.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran, pemasaran jasa, taksi, jasa transportasi, bauran komunikasi pemasaran

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Komunikasi Pemasaran Jasa Taksi (Studi Kasus Praktik Komunikasi Pemasaran Perusahaan Konsorsium Taxi 373737 di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2015-2019)
TIARA FIRDA SANI, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This research is a qualitative study with a case study method conducted to identify Taxi 373737 marketing communication activities carried out by a taxi consortium company to invite the general public of Yogyakarta to use public transportation, one of which is Taxi 373737. It was established in the 1990s from a company called PT Jari Alam Supatra which engages in taxi transportation services which then developed and made a consortium with PT Citra Chandrapanca, then sewu taxis, wastu taxis, and mulia taxis. Primary data were collected by conducting in-depth interviews with Taxi 373737 Operations Manager Herry Jaka Dwikoranta, while this research data found that Taxi 373737 Consortium Companies as a taxi service provider company does not have a special marketing team or planning formal marketing activities. Nevertheless, in practice the Taxi 373737 consortium company owns and runs several marketing communication programs as their promotional tools. The first marketing communication program is publicity in the form of news that is published in online and print media. Other marketing communication programs undertaken are advertising, sales promotion, events and experiences, and online and social media marketing.

Keywords: marketing communication, marketing services, taxi, transportation services, marketing communication mix