

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran	6
1. Konsep Pemasaran	6
2. Komunikasi Pemasaran	11
3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
4. Jasa Keagenan dan <i>Franchise</i>	27
5. <i>Bussiness Positioning</i> : PT Pos Indonesia Vs Agenpos Indonesia.....	32
F. Kerangka Konsep.....	35
G. Metodologi Penelitian	37
1. Metode Penelitian.....	37
2. Objek Penelitian	38
3. Teknik Pengumpulan Data	38

4. Teknik Analisis Data dan Tahapan Penelitian	42
5. Instrumen dan Lokasi Penelitian	43
BAB II Strategi Komunikasi Pemasaran pada Bisnis <i>Franchise</i>	44
A. Komunikasi dan Pemasaran	44
1. Sejarah Komunikasi Pemasaran	45
2. Definisi Komunikasi Pemasaran	46
3. Komunikasi Pemasaran dan Konsumen	48
4. Peran Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan	50
B. Strategi Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan	52
C. Konsep Bisnis <i>Franchise</i>	55
1. <i>Franchise</i> sebagai Perusahaan Perantara	55
2. Keberhasilan Bisnis <i>Franchise</i>	57
3. Perkembangan <i>Franchise</i> di Indonesia	59
4. Strategi <i>Franchisor</i> dalam Mengelola Bisnis <i>Franchise</i>	62
BAB III Tinjauan Umum dan Profil Perusahaan.....	67
A. Sekilas Tentang PT Pos Indonesia	67
B. Usaha PT Pos Indonesia	68
1. Usaha Pokok.....	69
2. Usaha Penunjang (<i>Non Core Bussiness</i>)	70
C. Aneka Layanan dan Pelayanan Pos	70
1. Layanan Pos	70
2. Pelayanan.....	73
D. Wilayah Usaha Pos dan Jaringan Pelayanan.....	75
1. Wilayah Usaha Pos.....	75
2. Jaringan Pelayanan Pos	75
E. Awal Mula Peluang Keagenan bagi PT Pos Indonesia	76
1. Layanan Keagenan Agenpos	77
2. Dasar Pelayanan Agenpos	77
F. Struktur Organisasi Tingkat Pusat Divisi Agenpos PT Pos Indonesia	80

G. Deskripsi Jabatan Tingkat Pusat Divisi Agenpos PT Pos Indonesia	81
H. Tugas Agenpos	83
I. Jenis dan Layanan Agenpos.....	83
J. Persyaratan Menjadi Agenpos	85
K. Diferensiasi dan Keunggulan Agenpos	86
L. Perkiraan Nilai Investasi Pembukaan Agenpos	87
M. Benefit dan <i>Sharing Profit</i> Agenpos	89
N. Target Agenpos	90
O. Perkembangan dan Sebaran Agenpos	90
P. Struktur Organisasi Kantor Pos Besar Yogyakarta 55000.....	93
Q. Agenpos pada Wilayah Kerja Kantor Pos Yogyakarta 55000	94
BAB IV Temuan Penelitian dan Analisis.....	95
A. Deskripsi Situasi dan Permasalahan Agenpos	96
1. Layanan Agenpos	96
2. Analisis SWOT dan Persaingan	99
3. Permasalahan Agenpos.....	104
B. Pandangan Tentang Solusi Masalah.....	112
C. Langkah-Langkah Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	114
1. Penetapan Tujuan Komunikasi Pemasaran	115
2. Penetapan Target Komunikasi Pemasaran	115
3. Penetapan Pesan Komunikasi Pemasaran	115
4. Menentukan <i>Budgeting</i> Strategi	116
D. Penetapan Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mengaktifkan Agenpos ..	117
1. Strategi melalui <i>Event</i>	117
2. Strategi Optimalisasi Operasi dan <i>Outlet</i>	118
E. Pelaksanaan Program-Program Komunikasi Pemasaran.....	120
1. <i>Event and Experiences</i>	121
2. <i>Sales Promotion</i>	126
3. <i>Personal Selling</i>	128
4. <i>Advertising</i> (Periklanan).....	130

5. <i>Publicity</i> (Publisitas)	141
6. <i>Interactive Marketing</i>	145
7. <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	154
F. Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mengaktifkan Agenpos.....	157
G. Hambatan dalam Melaksanakan Strategi	160
H. Analisis dan Diskusi Temuan.....	162
BAB V Penutup.....	180
A. Kesimpulan	180
B. Saran	182
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN	187

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>The Marketing Communication Mix</i>	14
Gambar 1.2 <i>Grassl Grid: Traditional Classification of Type of Bussiness</i>	32
Gambar 2.1 Hubungan Tiga Komponen Perubahan Sikap Konsumen.....	49
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi Agenpos PT Pos Indonesia.....	80
Gambar 3.2 Grafik Pertambahan Jumlah Agenpos dari Tahun ke Tahun (Delta)	90
Gambar 3.3 Grafik Jumlah Pendapatan Agenpos dari Tahun ke Tahun.....	91
Gambar 3.4 Grafik Jumlah Transaksi Agenpos dari Tahun ke Tahun.....	91
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Kantor Pos Besar Yogyakarta 55000.....	93
Gambar 4.1 Ruang Percontohan Agenpos PT Pos Indonesia Pusat.....	98
Gambar 4.2 Agenpos Sidoarum Yogyakarta	98
Gambar 4.3 <i>Data Market Share Layanan Jasa Pengiriman Barang Tahun 2012</i>	102
Gambar 4.4 <i>I-pos: Sistem Aplikasi Online</i> untuk Melihat Perkembangan dan Kinerja Agenpos.....	106
Gambar 4.5 Atribut Agenpos: Seragam dan Papan Nama	119
Gambar 4.6 Penyerahan Penghargaan dan Hadiah untuk Agenpos Terbaik Tahun 2014 dan 2015	122
Gambar 4.7 Penyerahan Pemenang Undian Luber Hadiah oleh Perwakilan dari PT Pos Indonesia Tahun 2014	124
Gambar 4.8 <i>Gimmicks</i> Agenpos untuk Dibagikan Kepada Masyarakat	127
Gambar 4.9 <i>Sales</i> Sedang Menunjukkan Brosur Agenpos Kepada Pengunjung	128
Gambar 4.10 Brosur <i>Event</i> Undian Luber Hadiah	134
Gambar 4.11 Brosur Layanan Pos	136
Gambar 4.12 X-banner Milik PT Pos Indonesia untuk Program Agenpos.....	139
Gambar 4.13 Desain Poster Agenpos.....	140
Gambar 4.14 Desain Umbul-umbul Agenpos.....	141
Gambar 4.15 Artikel Publisitas Agenpos tahun 2013 dan 2014	143
Gambar 4.16 Artikel Publisitas Media <i>Online</i>	144

Gambar 4.17 Tampilan <i>Website</i> PT Pos Indonesia.....	146
Gambar 4.18 Tampilan Aplikasi Kantor Pos <i>mobile</i> Milik PT Pos Indonesia ...	147
Gambar 4.19 Tampilan <i>Facebook</i> PT Pos Indonesia.....	149
Gambar 4.20 Tampilan Akun <i>Twitter</i> PT Pos Indonesia	150
Gambar 4.21 Akun Facebook dan Twitter milik beberapa Agenpos Indonesia .	152
Gambar 4.22 Viral Tentang Agenpos di Dunia Maya	155
Gambar 4.23 Grup <i>BlackBerry Messenger</i> (BBM) Agenpos Yogyakarta	156
Gambar 4.24 Mekanisme Penyaluran Informasi PT Pos Indonesia.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Relasi Antara Bauran Pemasaran dan Bauran Komunikasi	47
Tabel 2.2 Permasalahan dan Dampak Kegagalan Usaha	62
Tabel 3.1 Prakiraan Biaya dan Nilai Investasi Agenpos	88
Tabel 3.2 Jumlah Agenpos Terdaftar tahun 2013-2014.....	92
Tabel 4.1 Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2011 dan 2012	103
Tabel 4.2 Data Prosentase Keaktifan Agenpos Tahun 2012 dan 2013	106
Tabel 4.3 Data Prosentase Keaktifan Agenpos Tahun 2013 dan 2014	159