

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PELANGGAN PT. DAKOTA CARGO  
JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Oleh  
Agung Suprayitno  
201610415042**



**PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PELANGGAN PT. DAKOTA CARGO  
JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Oleh  
Agung Suprayitno  
201610415042**



**PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam  
Meningkatkan Pelanggan PT. Dakota Cargo  
Jakarta Selatan*

Nama Mahasiswa : Agung Suprayitno

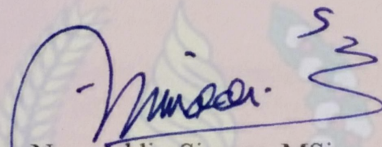
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415042

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,  
Dosen Pembimbing

  
Drs. Nasaruddin Siregar, MSi  
NIDN. 0328056508

BIKSA MAHWASTU DASI  
JAKARTA RAYA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam  
Meningkatkan Pelanggan PT. Dakota Cargo  
Jakarta Selatan  
Nama Mahasiswa : Agung Suprayitno  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415042  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M  
NIDN. 0311036501

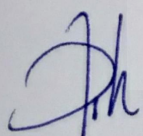
Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si  
NIDN. 0328056508

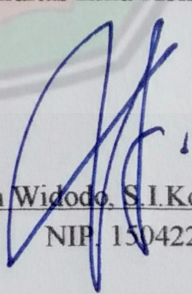
Sekretaris Penguji : Fadli M. Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si  
NIP. 2109527

  
Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pelanggan PT Dakota Cargo Jakarta Selatan**. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan dijadikan referensi melalui Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023  
Ya  
an,



**Agung Supravitno**  
201610415042

## ABSTRAK

Agung Suprayitno, 201610415042, **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pelanggan PT Dakota Cargo Jakarta Selatan.** PT. Dakota Cargo berdiri sejak tahun 1996 bertempat di Jl. Wibawa Mukti II No. 8 Jati Asih Bekasi dan merupakan sebuah perusahaan jasa pelayanan pengiriman barang ke seluruh Indonesia. PT. Dakota Cargo ialah industri yang bergerak dalam bidang industri jasa, ialah buat pengiriman kargo, yang melayani pengiriman benda jumlah banyak atau minim. PT Dakota Cargo mempunyai misi melayani kebutuhan logistik barang yang berkesinambungan ke seluruh Indonesia dengan memberikan jaminan bahwasanya barang akan berada ditempat yang tepat pada saat yang tepat dengan menggunakan layanan jasa yang aman, cepat dan bertanggung jawab.

Penelitian ini menggunakan teori Integrated Marketing Communication (IMC) menurut Kotler dan Keller (2013 :174) terdiri dari Periklanan, Promosi penjualan, Acara dan pengalaman, Hubungan masyarakat dan publisitas, Pemasaran langsung, Pemasaran interaktif, Pemasaran dari mulut ke mulut, Penjualan personal. Tujuan Penelitian ini Mengenali & menguasai strategi komunikasi pemasaran dalam tingkatkan pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan dalam proses komunikasi pemasaran. Metode penelitian kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menciptakan informasi deskriptif berbentuk perkata tertulis ataupun lisan tentang orang- orang serta sikap.

Hasil penelitian (1)periklanan, memasarkan layanan jasa lewat web resmi perusahaan, dari mulut ke mulut, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan melalui personal selling dan direct marketing. (2) promosi dan penjualan, promosi penjualan tradisional, mulut ke mulut, personal selling dan direct marketing baik melalui media sosial. Dengan tujuan promosi untuk mengubah sudut pandang dan tingkah laku pembeli terhadap suatu jasa. (3) Acara dan pengalaman, PT.Dakota Cargo saat ini belum pernah mengadakan acara promosi. Kerja sama yang dilakukan PT. Dakota Cargo menawarkan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK). (4) Hubungan masyarakat dan publisitas, PT. Dakota Cargo saat ini belum memiliki kerjasama dengan media, saat ini kerja kerjasamanya dengan pihak luar pengiriman yaitu di jasa pengiriman via udara dan kapal laut. (5) pemasaran langsung, PT. Dakota Cargo dalam melakukan kegiatan pemasaran langsung dengan penyebaran brosur menigirmkan surat penawaran kepada orang-orang atau perusahaan serta membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin menjadi mitra. Pesan pemasaran yang dilakukan secara langsung PT. Dakota Cargo, mudah di mengerti dan dipahami. (6) pemasaran langsung, Pemasaran interaktif PT. Dakota Cargo menggunakan media social seperti Instagram,WA. (7) pemasaran dari mulut ke mulut, dengan melatih staff marketing PT. Dakota Cargo agar dapat menyampaikan pesan dengan baik pada pelanggan. (8) penjualan personal, Memberikan info-info seputar promosi dengan cara tatap muka secara langsung atau mengirimkan surat penawaran kepada para pelanggan dari keunggulan PT. Dakota Cargo dibanding dengan para pesaing.

**(Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Meningkatkan Pelanggan)**

## **ABSTRACT**

*Agung Suprayitno, 201610415042, Marketing Communication Strategy in Increasing Customers of PT Dakota Cargo South Jakarta. PT. Dakota Cargo was founded in 1996 at Jl. Authorities Mukti II No. 8 Jati Asih Bekasi and is a freight forwarding service company throughout Indonesia. PT. Dakota Cargo is an industry engaged in the service industry, namely for cargo delivery, which serves the delivery of goods in large or minimal quantities. PT Dakota Cargo has a mission to serve the continuous logistics needs of goods throughout Indonesia by providing assurance that goods will be in the right place at the right time using services that are safe, fast and responsible. This study uses Integrated Marketing Communication (IMC) theory according to Kotler and Keller (2013: 174) consisting of Advertising, Sales promotion, Events and experiences, Public relations and publicity, Direct marketing, Interactive marketing, Word of mouth marketing, Personal selling. The purpose of this study Recognize & master marketing communication strategies in increasing PT. Dakota Cargo South Jakarta in the process of marketing communications. Qualitative research methods are research procedures that create descriptive information in the form of written or spoken words about people and attitudes. The results of the research are (1) advertising, marketing services through the company's official website, word of mouth, distributing brochures, placing banners, and through personal selling and direct marketing. (2) promotion and sales, traditional sales promotion, word of mouth, personal selling and direct marketing both through social media. With the aim of promotion to change the perspective and behavior of buyers towards a service. (3) Events and experiences, PT. Dakota Cargo has never held a promotional event at this time. The cooperation carried out by PT. Dakota Cargo offers a Letter of Agreement (SPK). (4) Public relations and publicity, PT. Dakota Cargo currently does not have any collaboration with the media, currently it works in cooperation with outside shipping parties, namely in shipping services via air and ships. (5) direct marketing, PT. Dakota Cargo in carrying out direct marketing activities by distributing brochures sends letters of offer to people or companies and opens opportunities for people who want to become partners. Marketing messages made directly by PT. Dakota Cargo, easy to understand and understand. (6) direct marketing, interactive marketing PT. Dakota Cargo uses social media such as Instagram, WA. (7) word of mouth marketing, by training the marketing staff of PT. Dakota Cargo in order to convey messages properly to customers. (8) personal selling, Providing information about promotions by face to face or sending offer letters to customers from the advantages of PT. Dakota Cargo compared to competitors.*

**(Keywords: Strategy, Marketing Communication, Increasing Customers)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Sudaryono dan Ibu Suprihatin selaku orang tua kandung yang selama ini selalu memberikan dukungan. Tidak lupa juga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Helma Ramdani, Cantigi Raya, dan Aretha Raya selaku istri dan anak-anak yang selalu memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Melalui Skripsi ini penulis meneliti bagaimana proses strategi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan di PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan. Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan khususnya dalam mewujudkan peningkatan pelanggan.

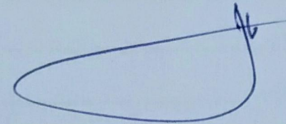
Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, serta selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, MSi, selaku Dosen Pembimbing.
5. Winda, Faldiaz, Ricky, selaku adik-adik tercinta yang telah mendukung hingga saat ini.
6. Seluruh karyawan-karyawati PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian.
7. Seluruh teman-teman kelas E Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang telah membantu selama masa perkuliahan.



Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari Skripsi ini baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata peneliti berharap semoga Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 01 Agustus 2023



**Agung Supravitno**  
**201610415042**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kerangka Konsep.....	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	8
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	10
2.2.3 Analisis SWOT .....	11
2.3 Pengertian Pelanggan .....	12
2.4 Fungsi Pelanggan .....	13
2.5 Prinsip Orientasi Terhadap Pelanggan .....	13

2.6 Kerangka Teori .....	14
2.7 Kerangka Berpikir.....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	17
3.2 Metode Penelitian .....	17
3.3 Informan Penelitian.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
3.6 Keabsahan Data .....	21
3.7 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1 Gambaran Umum.....	23
4.1.1 Visi Dan Misi.....	23
4.1.2 Logo .....	23
4.2 Hasil Penelitian.....	24
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Tingkatkan Pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan.....	24
4.3 Pembahasan .....	40
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Tingkatkan Pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan.....	40
4.3.2 Hasil Analisis SWOT .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Tarif .....	3
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	19



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Dakota Cargo.....	23
Gambar 4.2 Wawancara dengan Key Informan, Bapak Suparyono.....	25
Gambar 4.3 Wawancara dengan Informan 1, Bapak Arief.....	26
Gambar 4.4 Wawancara dengan Informan 2, Ibu Lastri.....	27
Gambar 4.5 Wawancara dengan Informan 3, Bapak Dwiki.....	28
Gambar 4.6 Brosur tarif pengiriman PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan.....	34
Gambar 4.7 Kiriman pada akun instagram PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan...	36



## DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir ..... 16



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Administrasi
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara dan Reduksi Data
- Lampiran 4 : Dokumentasi
- Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

