

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT POS INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI
PERSAINGAN JASA EXPEDISI PAKET DI SURABAYA
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu
Komunikasi



Oleh :

M.Nizar Ilmi

1151800170

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT POS INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI
PERSAINGAN JASA EXPEDISI PAKET DI SURABAYA
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu
Komunikasi



Oleh :
M.Nizar Ilmi
1151800170

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dosen Penguji,

Dr.Teguh Privo Sadono,M.SI
Ketua



Drs.Judhi Hari Wibowo,M.SI
Anggota I



Lukman Hakim, S.Phil., M.Phil
Anggota 2



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945



Dr. Drs. Ayu Maduwiharti, M.P
NPP. 20120.87.0103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : M. Nizar Ilmi

NPM : 1151800170


**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT POS INDONESIA
DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EXPEDISI
PAKET DI SURABAYA PASCA PANDEMI COVID-19**

Surabaya, 04 Januari 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayu Maduwidarti, M.P
NPP. 20120.87.0103


Dr. Teguh Priwo Sadono, M.SI
NPP. 201501.90.816

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : M. Nizar Ilmi

NPM : 1151800170

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT POS INDONESIA
DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EXPEDISI PAKET DI
SURABAYA PASCA PANDEMI COVID-19

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 21 Desember 2022

Yang m



M. Nizar Ilmi



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Nizar Ilni
NBI/ NPM : 1151800170
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Pos Indonesia
Dalam Upaya Menghadapi Persaingan Jasa
Ekspedisi paket di Surabaya Pasca Pandemi Covid-19

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Nonexclusive Royalty - Free Right**), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 04 Januari 2023

*Coret yang tidak perlu

Yang Menyetujui

M. Nizar Ilni

ABSTRACT

Starting from the Covid-19 pandemic that occurred in Indonesia which required restrictions on movement space in the community. The impact of social distancing implemented by the government has caused an increase in the demand for courier delivery services by the public. With a lot of competition for courier services, the Kebonrojo Post Office is certainly required to have quality services and strategies in marketing their products to gain the trust of consumers. This research uses a qualitative approach method. The analysis conducted at the Kebonrojo Surabaya Post Office includes the Integrated Marketing Communications (IMC) Strategy which includes Advertising, Sales promotion, Public relations, personal sales and Direct marketing. The results showed that during the Covid-19 pandemic, post offices optimized courier and logistics services by utilizing the delivery shuttle service through the QPosinAja application. And the marketing communication strategy implemented by PT Pos Indonesia to be reviewed from the 5 elements of the marketing mix has fulfilled all elements, namely Advertising using pamphlets, booklets, banners / banners (offline) and online using social media; Online sales promotion is carried out by the AE team, online creating advertisements that are distributed through social media; Public Relations through the secretarial and customer service departments; Private Sales are conducted by AE and O-ranger teams, and Direct Marketing is done by service counters, branch post offices and Agenpos.

Keywords: marketing communication, pandemic covid, pt pos Indonesia

ABSTRAK

Berawal dari adanya masa pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia yang mengharuskan adanya pembatasan ruang gerak dimasyarakat. Dampak dari adanya social distancing yang diterapkan oleh pemerintah menyebabkan meningkatnya permintaan jasa pengiriman kurir oleh masyarakat. Dengan banyaknya persaingan jasa kurir, Kantor Pos Kebonrojo pastinya dituntut untuk memiliki kualitas pelayanan dan strategi dalam pemasaran produk mereka untuk dapat kepercayaan dari konsumen. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Analisis yang dilakukan pada Kantor Pos Kebonrojo Surabaya meliputi Strategi Integrated Marketing Communications (IMC) yang mencakup Periklanan, Promosi penjualan, Hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan Pemasaran langsung. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa selama Masa pandemi covid-19, kantor pos mengoptimalkan jasa kurir dan logistik dengan memanfaatkan layanan antar-jemput kiriman melalui aplikasi QPosinAja. Dan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT Pos Indonesia untuk ditinjau dari 5 unsur bauran pemasaran sudah memenuhi semua unsur, yakni Periklanan dengan menggunakan pamflet, booklet, spanduk/banner (offline) dan secara online menggunakan social media; Promosi Penjualan secara offline dilakukan oleh tim AE, secara online membuat iklan yang disebarakan melalui social media; Hubungan Masyarakat melalui bagian kesekretariatan dan customer service; Penjualan Pribadi dilakukan oleh tim AE dan O-ranger, dan Pemasaran Langsung dilakukan oleh Loker pelayanan, Kantor pos cabang dan Agenpos.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, pandemic covid, pt pos Indonesia

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karuniasehingga peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Strategi komunikasi pemasaran PT Pos Indonesia dalam upaya menghadapi persaingan jasa ekspedisi pekt di Surabaya pasca pandemic covid 19 “** untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi dan telah terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai arah langsung maupun tidak langsung, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih dengan sebesarbesarnya kepada pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt yang selalu melimpahkan rakhmat dan anugerahnya kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Kepada kedua orang tua ku terutama pada Ibu umi kalsum yang tidak berhenti memberikan dukungan dan doa nya selama ini, beliau lah menjadiacuan untuk giat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr.Dra.Ayun Maduwinarti, MP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya
4. Mohammad Insan Romadhan, S.I.kom, M.Med.kom selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya
5. Dr.Teguh Priyo Sadono, M.SI selaku dosen pembimbing satu dalam penyusunan skripsi ini, terutama atas dukungan dan bimbingan, arahan sertanasehat sehingga skripsi ini selesai.

6. Bagus Pradana Shah Adhi Pradana, S.Sos.,M.Med.Kom selaku dosen Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sekaligus dosen pembimbing² dalam Skripsi, peneliti banyak mengucapkan terimakasih atas dukungan dan bimbingan, arahan, nasehat, dan diskusi sehingga Skripsi bisa selesai
7. Terimakasih kepada kakak saya Anis Ainurrochmah dan Ahmad Risqiyansyah yang banyak memberi perhatian, dukungan, arahan dan nasihat selama saya menjalankan perkuliahan dan penulisan skripsi saya
8. Ibu maria selaku Manager Bagian pemasaran dan penjualan serta staff nya yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian disana.
9. Ibu ike selaku bagian kesekretiaratan yang mengarahkan saya awal mulai mengajukan penelitian di pt pos indonesia kebonrojo
10. Ibu diana selaku bagiana keagenan untuk memberikan informasi yang sayang saya butuhkan selama penelitian berlangsung
11. Mas fajar selaku kepala bagian o ranger yan memberikan arahan dan informasi mengenai bagain o ranger dan informasi pendukung lainnya untuk melengkapi hasil penelitian ini
12. Jeffri, Alif F, Farrel P, Rama R, Ade S, Dimas A, Bima R, Choirudin A, Riyan S, Andy S, Rico, Setiawan, Rifqi F, Dimas I, rekan-rekan seperjuangan Ilmu komunikasi angkatan 2018 yang bersama-sama melewati masa studi hingga sampai bertemu di gerbang kesuksesan menantikalian semua.
13. Terimakasih kepada seluruh dosen Dan Staff Untag Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membimbing saya selama menjadi mahasiswa.

Demikian rasa terimakasih peneliti sampaikan. Masih banyak pihak yang tidak mampu peneliti sebutkan satu persatu, Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu peneliti mohon maaf.

Surabaya, 22 Desember 2022



Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| TANDA PERSETUJUAN..... | i |
| TANDA PENGESAHAN..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI..... | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I | Error! Bookmark not defined. |
| PENDAHULUAN | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Pertanyaan penelitian .. | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Tujuan penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Manfaat penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II..... | Error! Bookmark not defined. |
| KAJIAN PUSTAKA..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.1 Critical Review | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2 Landasan Konsep..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran..... | Error! Bookmark not defined. |
| defined. | |
| a. Komunikasi produk. | Error! Bookmark not defined. |
| b. Komunikasi harga..... | Error! Bookmark not defined. |
| c. Komunikasi tempat..... | Error! Bookmark not defined. |

d. Komunikasi promosi Error! Bookmark not defined.

2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran ... Error! Bookmark not defined.

2.3.3 Ruang Lingkup Integrated Marketing Communication (IMC) Error! Bookmark not defined.

• **Iklan (advertising).....**Error! Bookmark not defined.

• **Promosi Penjualan (*sales promotion*) .**Error! Bookmark not defined.

• **Hubungan masyarakat (*public Relation*)**Error! Bookmark not defined.

• **Penjualan pribadi (*personal selling*)...Error!** Bookmark not defined.

• **Pemasaran langsung (*direct marketing*)**Error! Bookmark not defined.

2.3.4 Konsep PemasaranError! Bookmark not defined.

2.3.5 Landasan Konseptual.Error! Bookmark not defined.

a. RetailError! Bookmark not defined.

b. EngangementError! Bookmark not defined.

c. Jasa EkspedisiError! Bookmark not defined.

BAB IIIError! Bookmark not defined.

METODE PENELITIAN....Error! Bookmark not defined.

3.1. Metode dan Jenis Penelitian .. Error! Bookmark not defined.

..... Error! Bookmark not defined.

3.2 Subjek dan Objek Peneliti..... Error! Bookmark not defined.

3.3 Sumber DataError! Bookmark not defined.

a. Sumber data primerError! Bookmark not defined.

b. Sumber data sekunder .Error! Bookmark not defined.

3.4. Teknik Pengumpulan Data Error! Bookmark not defined.

a. Wawancara Error! Bookmark not defined.

b. Dokumentasi Error! Bookmark not defined.

BAB IV Error! Bookmark not defined.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....Error!
Bookmark not defined.

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian Error! Bookmark not defined.

4.1.1. Visi, Misi, Tagline, Kredo dan Motto Perusahaan Error! Bookmark not defined.

4.1.2. Struktur Organisasi Kantor Pos Kebonrojo Error!
Bookmark not defined.

4.1.3 Produk dan Layanan Kantor Pos Kebonrojo Error!
Bookmark not defined.

4.1.3.1 JASA SURAT DAN PAKET Error! Bookmark not defined.

4.1.3.2 JASA KEUANGAN. Error! Bookmark not defined.

4.2. HASIL PENELITIAN..Error! Bookmark not defined.

4.2.1. Kantor Pos Kebonrojo Pasca Pandemi Covid-19 Error! Bookmark not defined.

4.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran di Kantor Pos Kebonrojo Surabaya.....Error! Bookmark not defined.

a. Periklanan (*advertising*), . Error! Bookmark not defined.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*),..... Error!
Bookmark not defined.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*), Error!
Bookmark not defined.

d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Error! Bookmark not defined.

4.3. PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.

| | | |
|--|-------|------------------------------|
| 4.3.1. Kantor Pos Kebonrojo Pasca Pandemi Covid-19 | | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.2. Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran di Kantor Pos Kebonrojo | | Error! Bookmark not defined. |
| b. Promosi Penjualan (Sales Promotion) , | | Error! Bookmark not defined. |
| c. Hubungan Masyarakat (Public Relation) , | | Error! Bookmark not defined. |
| d. Penjualan Pribadi (Personal Selling) , | | Error! Bookmark not defined. |
| e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing) , | | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.3. Analisis Strategi IMC (Integrated Marketing Communication) | | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.4. Penerapan Lima Unsur IMC Kantor Pos Kebonrojo Pasca Pandemi Covid-19 | | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V | | Error! Bookmark not defined. |
| SIMPULAN DAN SARAN | | Error! Bookmark not defined. |
| A. Simpulan | | Error! Bookmark not defined. |
| Daftar pustaka | | Error! Bookmark not defined. |
| LAMPIRAN | | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Bagan Komunikasi pemasaran terpadu | 27 |
| Gambar 2.2. Bagan Bauran Promosi dalam komunikasi Pemasaran | 30 |
| Gambar 4.1 Kantor Pos Kebonrojo Surabaya | 45 |
| Gambar 4.2 Logo Perusahaan | 47 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kantor Pos Kebonrojo | 48 |
| Gambar 4.4. Pos Indonesia melawan virus Corona | 58 |
| Gambar 4.5. Aplikasi QposinAja | 59 |
| Gambar 4.6. Pamflet Promosi Jasa keuangan (Jaskug) | 62 |
| Gambar 4.7. Pamflet Promosi Jasa Surat dan Paket (Ratket) | 62 |
| Gambar 4.8. Booklet Pedoman Etika Bisnis dan Tata Perilaku | 63 |
| Gambar 4.9. Banner Pospay dan PosAssurance | 63 |
| Gambar 4.10. Iklan Pospay dan PosAssurance | 64 |
| Gambar 4.11. Kunjungan untuk pengenalan Kantor Pos | 65 |
| Gambar 4.12. Iklan Promo Sumpah Pemuda..... | 66 |
| Gambar 4.13. O-ranger 69 | 69 |
| Gambar 4.14. Vestibule Kantor Pos Kebonrojo 70 | 70 |
| Gambar 4.15. Syarat membuka Agenpos | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Table 1.1 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir Tahun 2020 | 11 |
| Table 1.2 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir Tahun 2021 | 12 |
| Table 1.3 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir Tahun 2022 | 12 |
| Table 4.1. Nilai-nilai Utama AKHLAK | 47 |
| Table 4.2 Tabel Job Description Kantor Cabang Utama Kantor Pos Kebonrojo 60000 | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 foto bagian kesekretariatan pt pos kebonrojo. | 86 |
| Gambar 2.1 foto bagian pemasaran pt pos kebonrojo. | 87 |
| Gambar 3.1 foto bagian keagenan pt pos kebonrojo. | 88 |
| Gambar 4.1 foto bagaian o ranger pt pos kebonrojo. | 89 |
| Gambar 5.1 surat izin observasi dikantor pos kebonrojo. | 90 |
| Gambar 6.1 Lampiran kartu bimbingan lembar tampak depan. | 91 |
| Gambar 7.1 Lampiran kartu bimbingan lembar tampak belakang. | 92 |
| Gambar 8.1 daftar pertanyaan wawancara ke narasumber | 93 |
| Gambar 9.1 lembar hasil cek Turnitin | 94 |
| Gambar 10.1 gambar lampiran kartu revisi | 95 |

