

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DI BIRO PERJALANAN

CS. TRANSPORT YOGYAKARTA PERIODE MARET-JUNI 2017

Gesang Kalbu Adi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : gesangkalbu@gmail.com

Abstrak

CS Transport saat ini adalah salah satu Agen jasa yang bergerak dalam bidang biro pariwisata yang melayani paketwisata, rent car, penyewaan alat *outdoor*, *Event Organizer*, paket *outbond* dan penjualan tiket pesawat dan kereta api. CS Transport didirikan pada 1 April 2015. Satu tahun usia yang masih sangat muda dan masih banyak harapan perusahaan ini untuk terus dan masih eksis di dunia pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif, studi ini menemukan bahwa bahwa implementasi komunikasi pemasaran pada CS. Transport dengan membangun komunikasi pemasarannya seperti *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, publisitas dan *marketing event*. CS. Transport melakukan komunikasi secara terpadu dengan cara mempengaruhi perilaku (konsumen) baik yang sudah menjadi pelanggan maupun pada konsumen yang baru menggunakan jasanya, bertujuan untuk mempengaruhi perilaku khalayak sasarnya. CS. Transport banyak mengandalkan *personal selling* atau penjualan perorangan karena lebih mudah memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen. Sehingga komunikasi yang dibangun melalui penjualan perorangan jauh lebih dapat memahami apa keinginan dari konsumen. Mengkomunikasikan produk tidak harus berupa kata, maupun simbol tetapi pesan dapat disampaikan dalam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemasar.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, CS. Transport Yogyakarta