

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KOMUNIKASI
PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH APLIKASI KURIR
ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

EKO BAMBANG PRASETYO HADI

NPM : 19043010254

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

2024

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KOMUNIKASI
PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH APLIKASI KURIR
ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

EKO BAMBANG PRASETYO HADI

NPM : 19043010254

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN YANG
DILAKUKAN OLEH APLIKASI KURIR ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA**

Disusun oleh

Eko Bambang Prasetyo Hadi
NPM. 19043010254


Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Syafrida N. Febryanti, M.Med.Kom
NIP.198302232021212008


DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN YANG
DILAKUKAN OLEH APLIKASI KURIR ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA**

oleh

Eko Bambang Prasetyo Hadi
NPM. 19043010254

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 29 Mei 2024

Menyetujui,
DOSEN PEMBIMBING

Tim Penguji

1. Ketua

Dr. Syafrida N. Febryanti, M.Med.Kom
NIP.198302232021212008

Dr. Syafrida N. Febryanti, M.Med.Kom
NIP.198302232021212008

2. Sekretaris

Dra. Sumardijati, Msi
NIP. 196203231993092000

3. Anggota

Ririn Puspita Tutiasri, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212000

Mengetahui
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP:196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eko Bambang Prasetyo Hadi

NPM : 19043010254

Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi

Judul Skripsi : PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH APLIKASI KURIR ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing,
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2024



(Eko Bambang P.H.)

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan Persepsi pada Pelanggan Kurir Online Borzo di Surabaya. Penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada Aplikasi Kurir Online Borzo Surabaya. Subjek penelitian ini yaitu Pelanggan Aplikasi Kurir Online Borzo. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi dengan menggunakan sistem wawancara dan . Hasil analisis penelitian dengan menggunakan Wawancara ke pelanggan maka Aplikasi Kurir Online Borzo mempunyai faktor kekuatan mendapat Banyak Ketertarikan kepada beberapa pelanggan sedangkan faktor kelemahan yang kurang banyak orang yang tau tentang aplikasi ini karena kurangnya promosi platform atau media sosial yaitu dengan menggunakan perencanaan yang agresif. Membuat rencana yang membutuhkan kekuatan untuk menjadi peluang adalah strategi yang agresif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis Persepsi, Wawancara

ABSTRACT

This research has the main objective, namely to find out and analyze marketing strategies to increase the perception of Borzo Online Courier Customers in Surabaya. The research is qualitative descriptive research. This research was conducted on the Borzo Surabaya Online Courier Application. The subjects of this research are Borzo Online Courier Application Customers. The data analysis method used in this research is perception using an interview system and . The results of research analysis using interviews with customers show that the Borzo Online Courier Application has a strength factor that has received a lot of interest among several customers, while the weakness factor is that not many people know about this application due to the lack of platform or social media promotion, namely by using aggressive planning. Making plans that require strengths to become opportunities is an aggressive strategy.

Keywords: marketing strategy, Perception Analysis, Interview

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan judul **“PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP APLIKASI KURIR ONLINE BORZO DI KOTA SURABAYA”**.

Penulisan laporan ini disusun guna memenuhi persyaratan sesuai kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur. Dengan tersusunnya laporan ini, Penulis Mengucapkan terima kasih kepada Ibu Rosiana selaku dosen pembimbing magang yang penuh perhatian dan kesabaran selama proses pembimbing dan pengarahannya, serta dengan rela meluangkan waktunya untuk penulis dengan terselesaikannya laporan praktik magang ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan laporan praktik magang ini, diantara-Nya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr.Syafrida Nurahmi Ferbriyanti S.Sos, M.Med.Kom selaku koordinator Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, adik, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, do’a dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

5. Teman-teman saya Alvin Akmal, Angga Faiz Hartono, Fahmi Arisetyo Wicaksono yang memberikan dukungan mental yang baik serta semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembaca Skripsi penelitian ini.

Surabaya, 24 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.2.1 Secara Teoritis.....	5
1.2.2 Secara Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 Pengertian Logistik.....	17
2.2.3 Persepsi	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Subjek Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 In-Depth Interview.....	30
3.4.2 Dokumentasi	31
3.4.3 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV.....	34

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	34
4.1.1	Gambaran Umum Aplikasi Kurir Online Borzo	34
4.1.2	Gambaran Umum Informan.....	35
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	37
4.2.1	Informasi tentang Aplikasi Borzo	37
4.2.2	Persepsi Pelanggan Aplikasi Borzo	40
4.2.3	Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi Borzo Menurut Pelanggan	43
BAB V	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Strategi Komunikasi Pemasar Aplikasi Kurir Online Borzo Indonesia Melalui Media Sosial	3
--	---