

Abstrak

Ardi Parwito. 150531100092. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Strategi Branding J&T Express Dalam Proses Penguasaan Pasar Jasa Ekspedisi (Analisis Strategi *Branding* Pada J&T Express Gresik LATUBO).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara penerapan strategi *branding* J&T Express Gresik LATUBO dalam Proses Penguasaan Pasar Jasa Ekspedisi agar dapat diterapkan dalam berbagai usaha lain tidak hanya dalam bidang jasa.

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan kejadian dan kegiatan tidak hanya sebatas pengumpulan dan penyusunan data, tapi juga menganalisis data yang diperoleh kemudian menafsirkan maknanya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan tentang strategi *branding*. Objek penelitian adalah J&T Express Gresik LATUBO yang membuat strategi *branding* dalam upaya untuk menguasai pasar jasa ekspedisi yang ada di wilayah Gresik, Lamongan, Tuban, dan Bojonegoro yang di mana kantor tersebut merupakan kantor pusat wilayah regional. Subjek penelitian merupakan staff atau karyawan tetap perusahaan tersebut yang bertanggung jawab atas *branding* perusahaan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dipakai untuk melakukan analisis data yang telah diperoleh adalah dengan model analisis jalinan dan juga ketersambungan antara teori dengan fakta di lapangan.

Dari hasil temuan dalam proses wawancara dan juga observasi peneliti dapat diketahui bahwa J&T Express Gresik LATUBO memiliki strategi *branding* yang mengutamakan penjalinan hubungan secara intens dengan pelanggan mereka sehingga di setiap *event* yang akan diadakan perusahaan para pelanggan tersebut nantinya akan mudah untuk diajak bekerja sama dalam usaha pengembangan perusahaan sekaligus membangun usaha milik para pelanggan.

Kata kunci : *branding*, event, pelanggan, strategi, J&T Express Gresik LATUBO

Abstract

Ardi Parwito. 150531100092. Communication Studies. Faculty of Social and Cultural Sciences. J&T Express Strategy for Branding in the Process of Mastering the Expedition Service Market (Analysis of Branding Strategies at J&T Express Gresik LATUBO).

This study aims to find out how to apply the branding strategy of J&T Express Gresik LATUBO in the Process of Mastering the Expedition Service Market so that it can be applied in various other businesses not only in the service sector.

This study intends to describe events and activities not only limited to data collection and compilation, but also to analyze the data obtained and then interpret the meaning. This study uses a descriptive qualitative method, which describes the branding strategy. The object of the research is J&T Express Gresik LATUBO which makes a branding strategy in an effort to dominate the shipping service market in the Gresik, Lamongan, Tuban and Bojonegoro regions where the office is a regional headquarters. The research subjects were staff or permanent employees of the company responsible for corporate branding. Data collection techniques in this study used three ways, namely interviews, observation, and documentation. The analysis technique used to analyze the data that has been obtained is a braid analysis model and also the relationship between theory and facts in the field.

From the findings in the interview process and also observations of researchers, it can be seen that J&T Express Gresik LATUBO has a branding strategy that prioritizes intense relationships with their customers so that in each event that will be held by the customer company, it will be easy to work together in developing the company as well as building customer business.

Keywords: branding, events, customers, strategy, J&T Express Gresik LATUBO