

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. KIRIM CEPAT INDONESIA
CABANG PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI SEBAGAI JASA PENGIRIMAN BARANG**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

NIA FIRDAHERNITA
NIM. 12040322071

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nia Firdahernita
NIM : 12040322071
Judul : Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 13 Maret 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 Maret 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Prof, Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19810816 202321 1 012

Penguji III,

Penguji IV,

Yantos, S.IP., M.Si
NIP.19710122 200701 1 016

Julis Suriani, M.I.Kom
NIK. 130 417 019



**STRATEGI KOMUNIKASI PT. KIRIM CEPAT INDONESIA CABANG
PEKANBARU DALAM MEMPERTAHAKAN EKSISTENSI SEBAGAI
JASA PENGIRIMAN BARANG**

Disusun Oleh:

NIA FIRDAHERNITA
NIM. 12040322071

Telah disetujui oleh Pembimbing Pada Tanggal 19 Februari 2024

Pembimbing,

Artis, S.Ag, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui:
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 21 Februari 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nia Firdahernita
NIM : 12040322071
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang

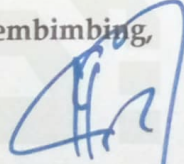
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

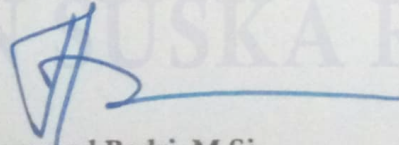
Pembimbing,



Artis, S.Ag, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Nia Firdahernita

Nim : 12040322071

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam Skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 20 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Nia Firdahernita

NIM. 12040322071

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Nama : Nia Firdahernita
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : **Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang**

PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis jasa pengiriman barang yaitu, pengiriman barang dalam skala besar dan hanya terdapat satu jalur pengiriman. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2008 sampai dengan sekarang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi perusahaan ini dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang dilaksanakan melalui penelitian atau survei online. Survei dilakukan melalui instagram dan juga Google kemudian dibuat suatu perencanaan untuk meningkatkan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang yaitu dengan surat penawaran harga dan flayer. Pelaksanaannya dilakukan oleh sales melalui WhatsApp dan Instagram. Evaluasi dalam pelaksanaan ini dilakukan untuk melihat keberhasilan dari strategi yang dijalankan. Namun dalam pelaksanaannya PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru terdapat kendala yaitu pada sistem yang belum memadai.

Kata Kunci : **Strategi Komunikasi, PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru, Mempertahankan Eksistensi**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau
 The Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Name : Nia Firdahernita

Departmen : Communication

Title : *Communication Strategy of PT Kirim Cepat Indonesia Pekanbaru Branch in Maintaining Existence as a Freight Forwarding Service*

PT Kirim Cepat Indonesia Pekanbaru Branch is a company engaged in the business of shipping goods, namely, shipping goods on a large scale and there is only one shipping lane. This company was founded in 2008 until now. The purpose of this research is to find out how the Communication Strategy of PT Kirim Cepat Indonesia Pekanbaru Branch in Maintaining Existence as a Goods Delivery Service. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the company's Communication Strategy in maintaining its existence as a goods delivery service is carried out through online research or surveys. The survey was conducted via Instagram and Google and then a plan was made to improve its existence as a goods delivery service, namely with a price quote letter and flayer. The implementation is carried out by sales via WhatsApp and Instagram. Evaluation in this implementation is carried out to see the success of the strategy being implemented. However, in its implementation, PT Kirim Cepat Indonesia Pekanbaru Branch has obstacles, namely an inadequate system.

Keywords : *Communication Strategy, PT Kirim Cepat Indonesia Pekanbaru Branch, Maintaining Existence*

UIN SUSKA RIAU



KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamini, segala puji dan syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis menempuh jenjang pendidikan Strata Satu (S-1) sampai dengan tahap penyelesaian skripsi yang berjudul “*Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang*”. dan tidak lupa pula penulis mengirimkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai rahmatan lil'alamini.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S-1) di program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang dapat terselesaikan dengan baik dan juga tepat waktu.

Selama masa perkuliahan dan sampai dengan penyelesaian tugas akhir ini penulis mendapat banyak dukungan dan juga semangat dari banyak pihak. Untuk itu dengan setulus hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Untuk teristimewa kedua orang tua tercinta, Ayah “Firdaus” dan Ibu “Leni hermanita”, yang telah membesarkan, mendidik, memotivasi, memberikan doa, cinta dan kasih sayang yang tulus kepada saya tiada hentinya. Hal yang sama juga penulis ucapkan kepada abang tercinta “Roni Alwazli” dan adik tercinta “Iqhsan Abdillah”. serta kakak ipar dan keponakan tercinta yang selalu menyemangati penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bapak Prof. Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, sekaligus Penasehat Akademik (PA) dan Juga Dosen Pembimbing penulis yang telah meluangkan banyak waktu, memberikan nasehat dan membimbing penulis sampai dengan skripsi ini selesai.
9. Terimakasih kepada Dosen dan pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah untuk penulis kedepannya.
10. Keluarga besar PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru yang telah membantu dan bersedia menerima peneliti dalam melakukan penelitian hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Teruntuk Oom tersayang “Romianto” yang selalu memberikan *Hotspot* kuota internet kepada penulis, sehingga dapat mengerjakan skripsi ini dengan lancar.
12. Kepada sahabat tercinta “Sabna Aliffatul Chairi, Diny Olivia, dan Suci Iswandari” yang selalu ada dalam keadaan suka maupun duka, memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis.
13. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2020, teman-teman HIMAKOM, teman-teman Ilmu Komunikasi-i, teman- teman Public Relations-D, teman-teman KKN Desa Lubuk Ogung, dan teman-teman magang yang telah memberikan kenangan terbaik kepada penulis selama masa perkuliahan. Tetap semangat dan sukses!
14. Spesial untuk diri sendiri, terimakasih sudah kuat dan berjuang sejauh ini, setelah melewati rintangan, sabar dan selalu berusaha sebisa dan semampu mungkin hingga sampai dititik ini.
15. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu, serta memberikan semangat dan motivasi pada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Aamiin Yarobbal'alamin..*

Wassalamua'alaikum warahmatullahi wabarakatuh..

Pekanbaru, Februari 2024
Penulis

NIA FIRDAHERNITA
NIM. 12040322071

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
4.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Konsep Operasional	30
2.4 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PEMIKIRAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu.....	32
3.3 Sumber Data Penelitian	32
3.4 Informan Penelitian	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Validitas Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB IV GAMBARAN UMUM.....	38
4.1. Sejarah Umum PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.....	38
4.2. Logo PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru	39
4.3. Budaya Kerja PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.....	40
4.4. Struktur PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.....	41
4.5. Informasi Media Sosial PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1. Hasil Penelitian.....	43
5.2. Pembahasan	59
BAB VI PENUTUP	71
6.1. Kesimpulan.....	71
6.2. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengiriman barang dari tahun 2020-2022	3
Tabel 3.1	Informan Penelitian	34
Tabel 5.1	Pengiriman barang dari tahun 2020-2022	46
Tabel 5.2	Daftar Relasi di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru	50
Tabel 5.3	Rute Pengiriman barang PT. Kirim Cepat Indoensia Cabang Pekanbaru.....	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1	Logo PT. Kirim Cepat Indonesia	39
Gambar 4.2	Budaya Kerja PT. Kirim Cepat Indonesia	40
Gambar 4.3	Struktur Organisasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.....	41
Gambar 5.1	Layanan Express pada beberapa Platform E-Commerce.....	61
Gambar 5.2	Armada PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru	63
Gambar 5.3	Surat penawaran Harga kepada Relasi dan calon mitra PT. Kirim Cepat Indonesia	65
Gambar 5.4	Flayer diskon harga pengiriman barang PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.....	66
Gambar 5.5	Projek PT. Anugerah Pharmindo Lestari di Bulan November 2023.....	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	76
Lampiran 2	79
Lampiran 3	90



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan Bisnis Global kini dari tahun ketahun semakin ketat dengan berbagai macam jenis persaingan usaha. Jika diibaratkan, persaingan bisnis global memasuki perang disuatu arena. Para pelaku usaha/ *Bussinesman* memasuki era dimana memenangkan persaingan yang semakin sulit dan ketat. Kemampuan daya saing mereka dalam lingkup globalisasi, membuka peluang bagi dunia bisnis untuk tumbuh menjadi berkualitas, efisien dan tentunya kompetitif dalam menunjang jalannya bisnis yang mereka lakukan.¹

Globalisasi dan ketatnya persaingan saat ini menjadi sebuah tantangan yang wajib dihadapi setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang industri ataupun jasa untuk mempertahankan eksistensi dan kehidupannya². Perusahaan yang kalah dalam persaingan adalah perusahaan yang lamban dalam merespon situasi pasar dan keadaan intern perusahaan. Persaingan menjadi salah satu motivasi utama dalam menjalankan sebuah bisnis.

Pada saat ini perkembangan bisnis di Indonesia terus berkembang, salah satunya di bidang Cargo. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, banyak lahir perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Pengiriman barang telah menjadi kebutuhan terutama untuk yang skala bisnisnya sudah lintas daerah. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat, aman serta terjamin. Dalam kegiatan pemasaran, pengiriman barang berhubungan dengan distribusi yaitu menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan para individu atau kelompok.

Teknologi digital berkembang sangat pesat di era modern dan kini hadir hampir di setiap aspek kehidupan. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut membuat pembisnis *e-commerce* terus gencar dalam menjalankan usahanya. Untuk memperlancar kegiatan usaha mereka tentu mereka membutuhkan jasa cargo. Hal ini tentunya menjadi peluang yang sangat baik bagi Jasa pengiriman barang atau cargo. Pada saat ini pengiriman barang menjadi hal yang tidak asing lagi karena para pelaku bisnis sekarang ini banyak bertransaksi di internet. Orang-orang akan semakin mudah untuk

¹ Tetty Yuliaty, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong" 19, no. 3 (2020).

² Veza Aditya Lenggawa, "Strategi Jawa Pos Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Revolusi Industri 4.0" 01, no. 01 (2019).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berbelanja walaupun penjualan dan pembelian tidak saling bertemu langsung. Itulah sebabnya jasa pengiriman barang semakin dibutuhkan.

Peluang bisnis dan prospek jasa pengiriman barang masih sangat bagus dan terus berkembang. Banyak pengusaha yang mulai melirik usaha cargo pengiriman barang antara lain karena imbas dari pertumbuhan *shopping online* yang ada di Indonesia sehingga jasa pengiriman barang ini seperti rantai bisnis yang tidak terpisahkan dari usaha yang lain. Selain imbas dari *shopping online* yang ada, usaha kecil menengah yang ingin mendistribusikan produknya, kemudian masyarakat dengan berbagai kegiatan juga sangat membutuhkan jasa cargo.

Tren belanja *online* menjadi penyebab menjamurnya perusahaan cargo. Kepastian pengiriman barang dari transaksi online membuat masyarakat yang memiliki daya beli, berkeinginan untuk melakukan transaksi Kembali. Fenomena inilah yang dimanfaatkan oleh perusahaan cargo dalam mengembangkan bisnis, dengan cara memenuhi kebutuhan dari transaksi *online*, e-commerce, dan juga kebutuhan industri-industri kecil lainnya.

Perusahaan jasa pengiriman barang pun turut merasakan untung dari perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja tersebut, salah satunya adalah perusahaan jasa pengiriman PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru. Perusahaan yang merupakan salah satu perusahaan bidang cargo yang terletak di Jl. Guru I No. 1, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa yaitu jasa pengiriman barang (Cargo dan Logistik), baik dalam maupun luar kota untuk daerah Riau daratan dan Lintas Sumatra Barat dan Jakarta.

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan pada tanggal 20 November 2023 bersama ibu Ririn Sri Rahayu selaku narasumber sekaligus bagian Koordinator Operasional di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru, maka diperoleh informasi mengenai struktur organisasi yang ada di Cabang Pekanbaru³. Adapun Struktur organisasinya terdiri dari kepala cabang, koordinator Fleet, Koordinator Operasional, staf admin, sales dan *customer service*. Kegiatan pengiriman barang ini menggunakan mobil jenis Fuso Engkel, Coldisel roda 6 dan roda 4. Saat ini PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru memiliki 11 armada yang digunakan untuk pengiriman barang diantaranya 4 Fuso Engkel, 4 Coldisel Dobble Engkel roda enam dan 3 Coldisel Engkel roda empat. Untuk rute luar kota ada Riau daratan Lintas Sumatra Barat dan Jakarta. Riau daratannya terdiri dari Perawang, Siak, Duri, Dumai, Pangkalan Kerinci, Ukui, Taluk Kuantan, Pematang Reba, Bengkalis dan lain-lain. Sedangkan lintas Sumatra Barat terdiri dari Payakumbuh,

³ Ririn Sri Rahayu, Hasil Wawancara Pra Riset dengan Koordinator Operasional, Senin, 20 November 2023, Pukul 14.00 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bukittinggi, dan Padang. Paket yang mereka terima seperti elektronik, kendaraan (motor, mobil), alat kesehatan, farmasi, bahan makanan, sayuran, emas, dan mesin produksi. Beberapa tahun terakhir ini PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru mengalami penurunan jasa pengiriman barang, hal ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

No	Tahun	Pengiriman barang
1.	2020	165. 600 Paket
2.	2021	215.280 Paket
3.	2022	179. 400 Paket

Tabel 1.1 Pengiriman barang dari tahun 2020-2022

Sumber: PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Pada tahun 2020 PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru mengurangi aktivitas bekerja di kantor dikarenakan pandemi Covid-19 yang melanda negara Indonesia termasuk wilayah kota Pekanbaru. Saat itu terjadi penurunan barang income dan aktifitas pengiriman barang pada tahun itu mengalami penurunan. Kemudian di tahun 2021, mereka kembali berusaha untuk peroperasional dan menjalankan aktifitas pengiriman barang seperti biasanya dan berhasil meningkatkan angka jasa pengiriman barang mereka pada tahun tersebut. Namun ditahun 2022, jumlah pengiriman barang yang mereka lakukan mengalami penurunan, hal itu bisa dilihat adanya selisih angka pengiriman pada tahun 2021.

Di era globalisasi saat ini, persaingan sangat tinggi termasuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang seperti, adanya usaha jasa pengiriman online yang menyebabkan terjadinya pengaruh yang sangat signifikan terhadap PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru. Adanya toko dan platform *E- Commerce* yang menyediakan sendiri jasa pengiriman barang. Dengan adanya kemudahan ini, tentu membuat konsumen teralihkan dan memilih untuk menggunakan jasa pengiriman barang yang disediakan oleh platform e- commerce, karena proses berbelanja dan pengiriman barang mereka menjadi satu jalur. Sebagai sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang maka dengan adanya fenomena ini, Strategi komunikasi sangat dibutuhkan oleh PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru untuk tetap mempertahankan eksistensinya sebagai jasa pengiriman barang⁴.

⁴ *Ibid.*



1.2 Penegasan Istilah

Untuk mempermudah memahami judul penelitian tentang “ **Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang**” . Maka penulis perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi

Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing Menurut Stephanie K. Marrus yang menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai⁵. strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya serta usaha suatu organisasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media).⁶ Komunikasi menjadi bagian yang erat dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia akan dapat memenuhi segala kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan lahir maupun kebutuhan batin. Lewat komunikasi, manusia bisa saling tukar informasi, berbagi, mengembangkan diri, dan berbagai manfaat lainnya.⁷

Menurut Lawrence D. Kincaid dalam bukunya Hafied Cangara yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam⁸. Menurut Rogers memberi batasan tentang pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru⁹. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan

⁵ Ary Mulyani Putri, “Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant,” *Inter Script: Journal of Creative Communication* 1, no. 1 (December 11, 2019)

⁶ Zikri Fachrul Nurhadi And Achmad Wildan Kurniawan, “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi” 3, no. 1 (2017).

⁷ Mahdi Mahdi and Masdudi Masdudi, “Membangun Relasi Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Sikap Sosial Remaja,” *Eduksos: Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi* 8, no. 2 (November 28, 2019)

⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 33.

⁹ *Ibid*, hal. 61.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengatur suatu proses komunikasi yang terdapat perencanaan, serta manajemen yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan

b. Mempertahankan

Mempertahankan merupakan kata yang bersumber dari kata dasar tahan yang artinya mengusahakan untuk tetap dalam keadaan semula¹⁰. Dalam dunia usaha atau bisnis kata mempertahankan berarti menjaga dan melindungi suatu usaha yang mereka jalani baik itu dari ancaman atau kelemahan yang mereka miliki baik itu dari dalam maupun dari luar perusahaan. Ketika perusahaan tersebut merasa ada faktor-faktor dari dalam maupun dari luar yang berusaha untuk menggoyahkan pertahanan dari perusahaan tersebut, maka salah satu cara mempertahankannya ialah dengan melakukan upaya-upaya pertahanan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang mereka miliki.

c. Jasa Pengiriman Barang

Jasa pengiriman barang adalah aktivitas yang diselenggarakan atau dilaksanakan untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada pelanggan untuk memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat lain yang ditentukan. Akhir-akhir ini jasa pengiriman barang ini sangat diminati penggunaannya, karena dapat dipercaya, dan sangat memuaskan. Perusahaan maupun perorangan telah banyak yang menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barangnya, baik dalam jumlah yang kecil maupun besar. Kepercayaan terhadap penggunaan jasa pengiriman barang dalam mengirimkan barang telah membuat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang jasa pengiriman barang atau cargo.¹¹

¹⁰ artikata.com, “Definisi: Mempertahankan, Arti Kata,” Desember 2023, <https://www.artikata.com/arti-379826-mempertahankan.html>.

¹¹ Sigit Birowo, “Implementasi Aplikasi Jasa Pengiriman Barang Berbasis Android Pada Cv. Express Tri’yo Mujur,” n.d.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

d. PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru terletak di Jl. Guru I No. 1, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. PT. ini bergerak Perusahaan ini bergerak di bidang jasa yaitu jasa pengiriman barang (Cargo dan Logistik). PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru memiliki rute pengiriman barang di wilayah Riau daratan, sumatra barat dan Jakarta. Adapun paket yang mereka terima seperti elektronik, kendaraan (motor, mobil), alat kesehatan, farmasi, bahan makanan, sayuran, emas, dan mesin produksi.

e. Eksistensi

Menurut Nadia Juli Indrani dalam Rambalangi eksistensi bisa kita kenal juga dengan satu kata yaitu keberadaan¹². Dimana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau adanya kita diakui.

Dalam penelitian ini akan dibahas eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya sebagai jasa pengiriman barang. Ditengah kondisi menjamurnya jasa pengiriman barang.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna dan memberikan manfaat yang besar baik secara teoritis maupun praktis.

¹² Rambalangi, Sarah Sambiran, and Ventje Kasenda, “Eksistensi Lembaga Adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Suatu Studi Di Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat),” *EKSEKUTIF* Volume 1 No. 1 (2018).



a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangan dari perspektif akademis bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya, pengembangan Ilmu Humas pada khususnya serta pengembangan penelitian strategi komunikasi. Serta, sebagai persyaratan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Untuk memberikan gambaran secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang. Serta dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Bagi peneliti, memberikan pengalaman dan wawasan dalam menerapkan Ilmu Pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.6 Sistematika Penulisan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini akan membahas latar belakang pemilihan judul, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menguraikan tentang kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan berisikan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian seperti sejarah, logo, budaya kerja, struktur organisasi, serta informasi akun media sosial PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menyajikan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

- 1) Penelitian Berjudul “ Strategi Komunikasi Ekspedisi Lion Parcel Cabang Bilal Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pasca Covid-19”

Penelitian ini dilakukan oleh Juwita Sari Gebrina Hutabarat, dkk pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini ialah, untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Ekspedisi Lion Parcel Cabang Bilal Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pasca Covid 19. Penelitian ini tergolong tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah strategi komunikasi menurut Tjiptono. Hasil dari penelitian ini yaitu, Menentukan jumlah sasaran komunikan (pelanggan) dari tahun ke tahun, Menentukan strategi promosi dan iklan dengan menggunakan berbagai media, Melaksanakan pelayanan secara langsung dan kepada pelanggan, serta mampu secara langsung berkunjung ke calon pelanggan¹³.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, waktu, dan teori penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai Strategi Komunikasi Ekspedisi Lion Parcel Cabang Bilal Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pasca Covid 19, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

- 2) Penelitian Berjudul “ Strategi Komunikasi Rumah Batik tulis Garutan”

Penelitian ini dilakukan oleh Zikri Fachrul Nurhadi, dkk pada tahun (2021). Tujuan dari penelitian ini adalah mendefinisikan

¹³ Juwita Sari Gebrina Hutabarat, Besti Rohana Simbolon, And Rita Vinolia Aruan, “Strategi Komunikasi Ekspedisi Lion Parcel Cabang Bilal Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pasca Covid-19,” *JURNAL SOCIAL OPINION* Vol. 7, No. 2 (2023): 110–22.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah atau peluang, perencanaan, pemograman, melakukan tindakan dan komunikasi, serta mengevaluasi program dalam Strategi Komunikasi Rumah Batik Tulis Garutan RM. Metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif dengan snowball Sampling. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa Rumah Batik Tulis Garutan belum dapat mendefinisikan dan menganalisis masalah yang terjadi, karena berfokus pada produksi dan penjualan produk. Dalam strategi perencanaan dan pemrograman terdapat rencana terstruktur yang berisi tujuan sasaran, menyampaikan pesan secara informatif, persuasif dan instruktif, namun tidak ada teknis yang maksimal, strategi dilakukan dengan memaksimalkan hubungan baik dengan pihak eksternal sebagai sasaran dan memanfaatkan media¹⁴.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian ,metode penelitian, lokasi, dan waktu yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai Strategi Komunikasi Rumah Batik Tulis Garutan, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

3) Penelitian Berjudul “Strategi Gatra Sumbagsel Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi Di Era New Media”

Penelitian ini dilakukan oleh Yulmi Pransiska, dkk pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Gatra Sumbagsel dalam mempertahankan eksistensi media informasi di era new media. Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gatra sumbagsel memanagemen strategi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media informasi diantaranya, Melakukan manajemen strategi menganalisa lingkungan, membuat rumusan strategi, implementasi dan kemudian evaluasi. Kemudian melakukan perencanaan program, memanfaatkan sosial media sebagai medium dalam mempromosikan programnya atau memberikan informasi, melakukan strategi dalam produksi, pengawasan dan evaluasi

¹⁴ Zikri Fachrul Nurhadi, Haryadi Mujianto, and Hardan Adha Apriana, “Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garutan” 6, no. 1 (2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program, Melakukan strategi dalam pengembangan SDM gatra sumbagsel¹⁵.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada Strategi Gatra Sumbagsel Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi Di Era New Media, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

4) Penelitian Berjudul “Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital”

Penelitian yang dilakukan oleh Yasha Langitta Setiawan, dkk pada tahun (2023). Tujuan dari penelitiannya ialah untuk mengetahui strategi komunikasi iNews Tv padang sebagai televisi lokal dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Metode penelitiannya kualitatif dengan teknik penarikan sampel purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, news TV Padang menggunakan youtube sebagai media komunikasi live streaming dan memanfaatkan facebook, instagram dalam hal mempromosikan isi siaran yang akan ditayangkan pada TV konvensional. Isi konten dari iNews Tv berfokus kepada pemberitaan lokal dan iklan pariwisata lokal yang ada disumatera barat. Namun terdapat hambatan ketia pembuatan program, sumber dana, serta alat jangkauan siaran yang kurang maksimal karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM)¹⁶.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, metode penelitian lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi komunikasi inews tv padang dalam mempertahankan eksistensi di era digital, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

¹⁵ Yulmi Pransiska, Sumaina Duku, and Hasril Atieq Pohan, “Strategi Gatra Sumbagsel Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi Di Era New Media,” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 2 (May 17, 2023): 421–29,

¹⁶ Yasha Langitta Setiawan et al., “Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital” 8, no. 1 (2023).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Penelitian Berjudul “Strategi Komunikasi Bisnis Koran Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital”

Penelitian yang dilakukan oleh Emalika Fijasya dan Ikhma Zurani pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi bisnis Koran Harian Riau Pos mempertahankan eksistensi di era digital setelah melakukan konvergensi media. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Koran Harian Riau Pos berhasil mempertahankan eksistensinya di era digital dengan adanya dinamika yang terjadi dan penerapan konvergensi media sebagai strategi media cetak Riau Pos tetap bertahan di era digital dengan RiauPos.co yang lahir sebagai bentuk konvergensi dari Koran Harian Riau Pos. Kemudian disusul dengan media sosial dan e-paper sebagai pelengkap multiplatform Koran Harian Riau Pos sehingga pembaca bisa menjangkau informasi lebih mudah¹⁷.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi komunikasi bisnis koran harian riau pos dalam mempertahankan eksistensi di era digital, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

- 6) Penelitian Berjudul “Analisis Swot Pada UKM Minuman Sari Buah Kunyit Asam Di Desa Palaan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang”

Penelitian yang dilakukan oleh Diva Aulia Putri Wibawati, dkk dilaksanakan pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat penyebab kurang berkembangnya UKM minuman sari buah kunyit asam di desa Palaan Kecamatan Nganjum Kabupaten Malang tersebut. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan teori analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Strategi yang dapat dilakukan dalam memasarkan Minuman Sari Buah Fanbi Risky antara lain yaitu strategi strength-opportunity, strategi weakness-opportunity, strategi strength-threats, dan strategi weakness-threats. Setelah melakukan analisis, maka peneliti berkesimpulan bahwa upaya untuk

¹⁷ Emalika Fijasya, “Strategi Komunikasi Bisnis Koran Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital,” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMKD)* Vol. 5 No. 2 (2023): 123–35.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan daya saing UKM Minuman Sari Buah Fanbi Risky bisa dilakukan dengan menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada¹⁸.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada analisis swot pada ukm minuman sari buah kunyit asam di desa palaan kecamatan ngajum kabupaten malang, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

- 7) Penelitian Berjudul “Peran Divisi Hubungan Masyarakat Upt Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Dalam Mempertahankan Eksistensi Perpustakaan”

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahrul Rozi dan Lydia Christiani ini dilakukan pada tahun (2019). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran dari divisi Humas UPT Perpustakaan UNS di Kota Surakarta. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran divisi hubungan masyarakat UPT Perpustakaan Universitas Sebelas Maret ialah menyampaikan informasi kepada masyarakat, menyampaikan aspirasi pengguna kepada perpustakaan, berkontribusi dalam pembuatan perencanaan strategis, dan menciptakan library branding bagi UPT Perpustakaan UNS¹⁹.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada peran divisi hubungan masyarakat upt perpustakaan universitas sebelas maret dalam mempertahankan eksistensi perpustakaan, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang

¹⁸ Diva Aulia Putri Wibawati et al., “Analisis Swot Pada Ukm Minuman Sari Buah Kunyit Asam Di Desa Palaan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang,” *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)* 4, no. 2 (March 31, 2023): 108–18,

¹⁹ Muhammad Fahrul Rozi and Lydia Christiani, “Peran Divisi Hubungan Masyarakat Upt Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Dalam Mempertahankan Eksistensi Perpustakaan,” n.d.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 8) Penelitian Berjudul “Analisis SWOT sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT. Power Express Indonesia”

Penelitian ini dilakukan oleh Mila Priwanti Ningrum, dkk pada tahun (2021). Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis SWOT terhadap PT. Power Express Indonesia untuk mengetahui posisi perusahaan. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Power Express Indonesia berada di kuadran I, posisi ini menandakan perusahaan di posisi kuat dan berpeluang maka strategi yang harus diterapkan adalah SO: Adanya pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan tenaga kerja yang berkualitas memenuhi standart untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Keramahan Customer Service dalam bekerja sesuai dengan standart pelayanan yang membuat pelanggan tetap banyak²⁰.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada analisis swot sebagai perencanaan strategi pengembangan usaha pada aspek operasional perusahaan cargo pt. power express indonesia, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

- 9) Penelitian Berjudul “Strategi Bisnis Untuk Mempertahankan Penjualan Jasa Pengiriman Kargo Freight Forwarding Pada Masa Pandemi Covid-19”

Penelitian ini dilakukan oleh Agus Prasetyo, dkk pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini adalah ntuk memahami strategi bisnis dalam mempertahankan penjualan jasa pengiriman kargo perusahaan Freight Forwarding yang bergerak di bidang ekspor dan impor pada masa pandemi covid 19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, hasil penelitian ini yaitu, perusahaan diposisikan di antara Kekuatan-Peluang dengan memanfaatkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang terbesar. Melalui matriks IE, perusahaan berada dalam posisi untuk tumbuh dan

²⁰ Mila Priwanti Ningrum, Pribadiyono Pribadiyono, and Enny Istanti, “Analisis SWOT sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT. Power Express Indonesia,” *Benchmark* 1, no. 2 (April 24, 2021): 75–84,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membangun alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal, pengembangan produk, pengembangan usaha, pasar penetrasi, dan diversifikasi terkait²¹.

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada strategi bisnis untuk mempertahankan penjualan jasa pengiriman kargo Freight Forwarding pada masa pandemi Covid-19, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

10) Penelitian Berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Kpfs (Koes Plus Fans Surakarta) Dalam Mempertahankan Eksistensi Musik Koes Plus.

Penelitian ini dilakukan oleh Gilang Niko Fitriandito pada tahun (2023). Tujuan dari penelitian ini yaitu, bertujuan untuk menganalisis Strategi Komunikasi KPFS khususnya pengurus komunitas dalam mempertahankan eksistensi Musik Koes Plus di Surakarta. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini analisis situasi yang memuat SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan). Kekuatannya Koes Plus adalah band yang legendaris, namun kelemahannya grup musik Koes Plus ini sudah bubar dan beberapa personel sudah meninggal. Peluangnya adalah dalam segi kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi, memungkinkan segala sesuatu informasi tentang musik Koes Plus dapat disebarluaskan oleh setiap pengguna media sosial (Facebook, Instagram, dan Youtube). Namun ada tantangan dalam eksistensi musik Koes Plus yaitu banyak genre dan grup musik yang bermunculan saat ini dan mengikuti trend selera penggemar milenial²².

Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada strategi komunikasi komunitas KPFS (koes plus fans surakarta) dalam mempertahankan eksistensi musik koes plus, sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi PT.

²¹ Agus Prasetyo, Adijati Utamingsih, and Paulus Wardoyo, “Strategi Bisnis Untuk Mempertahankan Penjualan Jasa Pengiriman Kargo Freight Forwarding Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (January 21, 2023): 56–66,

²² Gilang Niko Fitriandito, “Strategi Komunikasi Komunitas Kpfs (Koes Plus Fans Surakarta) Dalam Mempertahankan Eksistensi Musik Koes Plus,” n.d.



Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.

2.2 Landasan Teori Strategi

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan²³. Strategi ialah alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi.

Menurut David Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan. Sedangkan menurut Chandler Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Hamel dan Prahalad mendefinisikan Strategi sebagai suatu tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Dari definisi-definisi di atas maka dapat di simpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

Menurut Fred R. David dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Strategi Konsep” mengungkapkan bahwa untuk berjalannya suatu strategi terdapat beberapa tahap yang harus dilalui, antara lain :

²³ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Grafindo Persada, 2000). hal 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Perumusan strategi.

Yang termasuk kedalam perumusan strategi ialah seperti tujuan yang akan dikembangkan, peluang dan ancaman dari eksternal, menentukan kekuatan serta kelemahan dalam internal, menciptakan strategi alternatif yang akan digunakan, dan menentukan strategi yang digunakan. Pada tahap ini merupakan suatu tahapan yang telah dibuat menuju kepada pencapaian visi, misi, serta tujuan suatu organisasi/perusahaan.

2) Implementasi strategi

Tahapan ini disebut sebagai tindakan dalam strategi. Karena penerapannya yang mobilitas guna mengubah strategi yang awalnya telah dirumuskan menjadi suatu tindakan yang akan dilakukan.

3) Evaluasi strategi

Ini merupakan tahapan terakhir dalam manajemen strategi, yaitu evaluasi strategi. Evaluasi strategi merupakan suatu proses seorang manajer yang akan melakukan perbandingan hasil-hasil yang telah didapat dengan tingkat pencapaian tujuan,²⁴

Komunikasi

Komunikasi Menurut Everentt M. Roger merupakan suatu tahap dimana suatu gagasan dilahirkan dari dari sumber kepada suatu penerima atau lebih yang bertujuan untuk mengubah tingkah laku mereka²⁵. Deddy Mulyana mengartikan bahwa komunikasi adalah proses berbagi melalui perilaku verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih²⁶,

Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communiation is the procces to Modify the behaviour of Other Individuals*). Jadi maksudnya adalah dalam komunikasi itu bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi komunikator dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain. Hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

²⁴ fred David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Prenhallinda, 2002). hal 5

²⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. hal 33

²⁶ Prof. Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, cet 12 (Bandung: PT.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam bahasa Inggris istilah *communication* mempunyai banyak arti. Menurut asal katanya (etimologi), istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communis*, yang berarti sama *common*. Dari kata *communis* berubah menjadi kata kerja *communicare*, yang berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama²⁷. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) “komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan dan berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami²⁸”.

Sedangkan istilah komunikasi dalam bahasa Arab disebut dengan *tawashul*. Kata *tawashul* asal katanya adalah “Washala” yang artinya “sampai”. Dengan demikian arti dari kata *tawashul* merupakan proses pertukaran informasi oleh dua pihak sehingga pesan yang disampaikan bisa dipahami oleh keduanya bagi komunikator. Istilah lain komunikasi dalam bahasa Arab adalah *Ittishal* yang menekankan pada makna ketersambungan pesan. Pada *ittishal*, jika pesan yang dikirim tersampaikan dan bersambung pada komunikan, maka itulah yang disebut dengan komunikasi dan tidak perlu terjadi *feedback* atau umpan balik²⁹.

1) Fungsi Komunikasi

Terdapat empat kerangka fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh William I Gorden dalam buku yang ditulis oleh Dedy Mulyana, diantaranya:

a. Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial dapat membantu kita untuk membangun konsep diri sendiri, aktualisasi diri, serta untuk kelangsungan hidup sehingga memperoleh kebahagiaan, dan dapat memupuk hubungan dengan orang lain. Serta melalui komunikasi dapat menjadikan kita sebagai orang yang bersikap serta bertindak dalam kegiatan masyarakat, atau dapat dikatakan bersosialisasi. Seperti yang diungkapkan oleh Herbert Mead bahwa, setiap manusia dapat mengembangkan konsep dirinya dengan berinteraksi dengan orang lain didalam masyarakat melalui komunikasi.

²⁷ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005). hal. 153

²⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (Jakarta: Balai Pustaka, 2001). hal 79

²⁹ Cartono Cartono, “Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial,” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 2 (November 15, 2018): 59,.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan dengan sendirian maupun kelompok. Dengan tujuan tidak hanya untuk mempengaruhi orang lain, tetapi juga untuk mengukur sejauh mana komunikasi yang telah dilakukan dapat menjadi instrument dalam menyampaikan perasaan-perasaan (emosi).

c. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Salah satu implementasinya terjadi pada komunitas yang sering melakukan upacara kelahiran, sunatan, ulangtahun, pertunangan, siraman, pernikahan, ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Mereka yang ikut serta dalam upacara tersebut mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Dalam pelaksanaan komunikasi ritual tersebut mereka menegaskan bahwa komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi atau agama mereka.

d. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, diantaranya:

- 1) Menginformasikan
- 2) Mengajar
- 3) Mendorong
- 4) Mengubah sikap dan keyakinan
- 5) Mengubah perilaku atau tindakan dan,
- 6) Menghibur³⁰

Dalam perspektif islam, komunikasi juga memiliki fungsi seperti:

1) Fungsi Informasi

Pandangan Islam menyebutkan informasi adalah pintu awal seseorang memiliki karakter tertentu, baik atau buruk. Ibnu Qayyim mengatakan bahwa karakter tidak terbentuk otomatis, tetapi melalui tahapan-tahapan. Pembentukan karakter dimulai dengan langkah mengumpulkan informasi tentang makna pesan, lalu terbentuk persepsi, lalu muncul keinginan dan akhirnya melahirkan perbuatan. Perbuatan yang dilakukan secara berulang

³⁰ Prof. Deddy Prof. Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, cet 12 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008) hal 5-33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan melahirkan karakter. Baik tidaknya suatu karakter tergantung dari input informasi yang masuk³¹.

2) Fungsi menyakinkan

Fungsi meyakinkan artinya membuat ide, pendapat dan gagasan yang kita miliki bisa diterima oleh orang lain dengan senang hati dan tidak terpaksa³². Bahkan bukan sekedar menerima dengan sukarela, mereka yang merasa mantap dengan penjelasan tersebut bisa menjadi pendukung ide itu. Fungsi meyakinkan dalam komunikasi Islam bisa dicapai di antaranya dengan metode hiwar (dialog) dan jidal (debat).

3) Fungsi Mengingat

Lupa adalah sifat yang tidak bisa berpisah dari manusia. Sifat ini sudah ada sejak adanya manusia pertama, Adam as. Ibnu Mandzur dalam Lisan al-Arab mengatakan bahwa di antara rahasia penamaan manusia dengan istilah insan karena manusia memiliki sifat pelupa. Di antara masalah yang paling banyak dilupakan dan dilalaikan oleh manusia adalah masalah agama. Dakwah agama adalah salah satu cara untuk menginformasikan kepada manusia agar selalu ingat tentang tujuan hidup dan bagaimana mengisi hidup sebenarnya. Dan metode komunikasi dalam dakwah yang paling cocok untuk merealisasikan fungsi mengingat adalah metode tadzkir dan indzar³³.

4) Fungsi Memotivasi

Manusia dalam hidupnya memerlukan charge karena semangat hidup manusia secara umum tidak stabil. Charge itu disebut dengan motivasi. Ada beberapa kondisi yang menyebabkan motivasi hidup seseorang menjadi tidak stabil. Menurut al-Kirmani, penurunan kualitas manusia itu bisa disebabkan oleh tiga faktor, yaitu : jiwa, fisik dan eksternal. Metode memotivasi diri sendiri adalah metode yang paling ideal. Metode ini praktis, murah dan mudah, tetapi dahsyat hasilnya. Selain metode memotivasi diri sendiri, manusia juga bisa termotivasi jika mendapat suntikan motivasi dari orang lain. Komunikasi adalah salah satu cara untuk menyuntikkan motivasi. kepada orang lain.

³¹ Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001). hal 65-66

³² Hendri, *Komunikasi Islam* (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2005). hal 23

³³ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2014).hal 33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode yang paling cocok untuk menyuntikkan motivasi dalam komunikasi Islam adalah metode *tabligh* dan *tabsyir*.

5) Fungsi Sosialisasi

Dalam Al-Qur'an, fungsi sosialisasi disebut dengan *ta'aruf*. Dan di dalam hadis, Rasulullah menyebutnya dengan *mukhalathah*. *Ta'aruf* adalah salah satu metode komunikasi yang efektif. Dengan *ta'aruf*, hubungan antar manusia menjadi tersambung. *Ta'aruf* yang baik akan melahirkan keinginan untuk saling membantu bahkan sampai ke tingkat saling mengayomi³⁴.

6) Fungsi Bimbingan

Di antara fungsi komunikasi adalah untuk membimbing manusia. Dalam istilah komunikasi Islam, fungsi bimbingan ini disebut dengan *Irsyad*. Ada empat fokus utama aktivitas komunikasi dalam membimbing seseorang : pertama, membimbing orang untuk melakukan perbuatan baik dan menangkal mereka untuk melakukan perbuatan yang negatif; kedua, memperbaiki atau memulihkan kondisi mereka yang sudah rusak; ketiga, mengarahkan orang untuk menemukan potensi yang mereka miliki; dan keempat, mengembangkan potensi manusia agar lebih maksimal³⁵.

7) Fungsi Kepuasan Spiritual

Manusia terbentuk dari dua unsur, yang keduanya memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Tubuh memerlukan makanan, pakaian, tempat tinggal dan segala hal yang mendukung keselamatannya. Sedangkan kebutuhan ruh adalah berkomunikasi dengan Allah, Sang Pencipta. Ketika ruh bersambung dengan Sang Penciptanya, hati menjadi tenang. Al-Qur'an menyatakan bahwa sumber ketenangan hati adalah dzikir. Di antara metode memuaskan spiritual adalah dengan memberikan mau'idzah dan nasihat kepada mereka³⁶.

8) Fungsi Hiburan

Dalam hidup ini, kita hanya akan berhadapan dengan dua kemungkinan, yaitu bahagia atau sedih. Tidak ada orang yang

³⁴ Jamaluddin Budiman, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Academia Press, 2001), hal 28.

³⁵ *Ibid.* hal 40

³⁶ *Ibid.* hal 40-41.



seumur hidupnya hanya merasakan kebahagiaan. Suatu saat dia akan mengalami masa-masa berat dalam hidupnya. Tetapi tidak ada juga orang semasa hidupnya hanya merasakan penderitaan, pasti ada waktu-waktu dia bisa tertawa dan mengalami masa-masa bahagia. Ketika mendapatkan kebahagiaan, Islam mengajarkan kepada penganutnya agar mengucapkan syukur atas nikmat yang telah didapat. Dan kepada saudaranya yang mengetahui temannya mendapatkan nikmat dianjurkan untuk menambah rasa bahagia saudaranya dengan mengucapkan selamat kepadanya³⁷

2) Unsur Komunikasi

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi, terdapat beberapa unsur dalam komunikasi, antara lain³⁸:

a) Sumber

Merupakan orang yang menyamakan informasi (pesan) kepada penerima, dimana orang ini sering disebut dengan beberapa istilah seperti Komunikator, pengirim, sender dan lain sebagainya.

b) Pesan

Merupakan suatu informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima, bisa dalam bentuk verbal maupun non-verbal yang bisa dimengerti oleh penerima.

c) Saluran

Saluran ini bias disebut sebagai media yang merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada penerima. Media ini bisa berupa media massa (surat kabar, radio, film, televisi dan internet). bisa juga melalui media alternatif lainnya seperti poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, bulletin dan lainnya.

d) Penerima

Penerima biasa disebut dengan komunikan, khalayak, sasaran, target, adopeter, dan lainnya. Penerima adalah orang

³⁷ Qudratullah Qudratullah, "Fungsi Komunikasi Islam Di Era Digital," *Jurnal Dakwah Tabligh* 20, no. 1 (July 1, 2019): 56,

³⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menjadi sasaran dari informasi yang dikirim dari komunikator kepada komunikan³⁹.

e) Efek

Efek atau pengaruh atau dampak merupakan suatu perbedaan yang dirasakan oleh penerima, serta tindakan yang akan yang dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

f) Umpan Balik

Umpan balik biasa disebut dengan feedback, reaction, respons, dan lainnya. Umpan balik merupakan tanggapan yang diberikan oleh penerima yang merupakan dampak dari penerimaan pesan yang diperoleh dari komunikator.

g) Lingkungan atau situasi

Lingkungan merupakan keadaan yang dapat mempengaruhi jalannya suatu komunikasi. lingkungan dapat diartikan sebagai sosial budaya, psikologi, dan dimensi waktu.

3) Bentuk- Bentuk Komunikasi

Menurut Suryanto dalam bukunya yang berjudul “ Pengantar Ilmu Komunikasi”, mengatakan bahwa bentuk-bentuk dari komunikasi antara lain⁴⁰:

a) Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal atau komunikasi pribadi merupakan suatu tahap penerapan bahasa atau pikiran dari komunikator yang terjadi antar diri sendiri. Komunikasi intrapersonal keterlibatan secara aktif dari internal individu dalam tahap simbolis dari pesan-pesan yang telah diproduksi melalui proses pemikiran internal individu. Dalam proses komunikasi intrapersonal seorang individu akan menjadi pengirim maupun penerima pesan, serta memberikan umpan balik kepada dirinya sendiri dengan proses yang berkelanjutan.

³⁹ *Ibid*, hal 35.

⁴⁰ Intan Kurniawati, Roro Retno Wulan, and Indra N. A. Pamungkas, “POLA KOMUNIKASI PERTEMUAN OFFLINE KOMUNITAS INSTA NUSANTARA BANDUNG,” *Jurnal Kajian Komunikasi* 5, no. 1 (June 20, 2017): 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses atau tahap menyampaikan suatu pesan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain. Mulyana mengartikan komunikasi interpersonal merupak sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang dapat memungkinkan untuk menangkap reaksi orang lain secara langsung oleh peserta komunikasi, baik secara verbal maupun non-verbal.

c) Komunikasi transendental

Secara luas komunikasi transcendental merupakan suatu proses komunikasi antara manusia dengan sang penciptanya. Jenis komunikasi ini dapat berupa aktivitas yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Sang Pencipta, seperti melaksanakan ibadah sholat, serta berbagai bentuk permohonan doa⁴¹.

d) Komunikasi kelompok

Menurut Michael Burgoon mendefenisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi yang dilakukan secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, yang telah memiliki tujuan, seperti membagikan informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota dari komunikasi kelompok ini dapat mengingat bagaimana karakteristik dari pribadi masing-masing anggota lainnya secara tepat.

e) Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi menggunakan media massa. Menurut Joseph R. Dominick komunikasi massa yaitu suatu proses yang didalamnya terdapat suatu organisasi yang kompleks kemudian mendapat bantuan satu atau dua lebih media produksi serta mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

4) Hambatan dalam Proses Komunikasi

Shannon dan Weaver (1949) mengungkapkan bahwa gangguan dalam proses komunikasi dapat terjadi apabila terdapat suatu campur tangan dari salah satu komponen komunikasi, yang mengakibatkan

⁴¹ *Ibid*, 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Sedangkan menurutnya rintangan dalam proses komunikasi merupakan adanya suatu hambatan yang dapat membuat proses komunikasi tidak berlangsung dengan yang diharapkan komunikator dan komunikan⁴².

Ada beberapa jenis hambatan dalam proses komunikasi, yaitu⁴³ :

a) Fisik

Hambatan dari fisik ini seperti kebisingan yang bersumber dari suara seperti, kebisingan lalu lintas, music yang keras, angin atau badai, ombak, dan lain sebagainya.

b) Jarak

Hambatan jarak dapat berupa seperti adanya sesuatu yang memisahkan seorang komunikator dengan komunikan dalam berkomunikasi yang membuat proses komunikasi yang dilakukan menjadi tidak bebas.

c) Psikologis

Hambatan psikologis dapat berupa semua jenis gangguan yang bersumber dari factor-faktor psikologis seseorang, kialsnya self-awareness, self-perception, motivasi, serta mental yang menjadi hambatan yang dapat mengganggu kelancaran dari pengiriman dan penerimaan pesan⁴⁴.

d) Sosiologis

Hambatan sosiologis dapat berupa seperti hambatan status sosial, pembedaan social, kedudukan serta peran yang berbeda antara pengirim dengan penerima

e) Antropologis

Hambatan antropologis dapat berupa seperti hambatan budaya, misalnya terdapat perbedaan latar belakang budaya, kebiasaan, adat istiadat, dan lainnya antara pengirim dengan penerima yang dapat mempengaruhi komunikasi.

f) Fisiologis

Hambatan fisiologis merupakan hambatan yang mencakup seluruh aspek fisik yang nantinya dapat mengganggu proses komunikasi.

⁴² *Ibid.* hal 37.

⁴³ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), hal 67.

⁴⁴ *Ibid.*, hal 68.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g) Semantik

Hambatan semantik merupakan hambatan yang dapat muncul dalam bentuk kata-kata yang dapat mengganggu perhatian dari pengirim serta penerima terhadap pesan yang disampaikan

Strategi Komunikasi

Rogers mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu rencana yang sengaja dibuat dengan tujuan agar dapat mengubah tingkah laku manusia dengan aspek yang lebih besar melalui pertukaran ide-ide baru⁴⁵. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal⁴⁶

Penentuan strategi komunikasi yang efektif melibatkan elemen-elemen atau unsur komunikasi yaitu, Who, says what, to Whom, through what channels, and what effect. Dengan demikian, strategi dalam perencanaan komunikasi harus menerapkan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan untuk dapat memahami komunikasi, antara lain⁴⁷ :

1. Siapa komunikatornya?
2. Pesan apa yang akan disampaikan?
3. Media apa yang akan digunakan?
4. Siapa komunikannya?
5. Feedback seperti apa yang diharapkan?

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengatur suatu proses komunikasi yang terdapat perencanaan, serta manajemen yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi dapat dijadikan sebagai alat untuk mengubah perilaku seseorang melalui perencanaan dalam mencapai tujuan.

⁴⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, hal. 61.

⁴⁶ Mislan Sihite, “Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat,” *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (January 30, 2020): hal 98–105

⁴⁷ Isma Ismaulidina, Effiati Juliana Hasibuan, and Taufik Wal Hidayat Wal Hidayat, “Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh,” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* 2, no. 1 (April 26, 2020): hal 12–17



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Anwar Ariffin supaya nilai-nilai dalam berkomunikasi tepat pada sasaran (public), maka dalam menyusun sebuah strategi komunikasi ada beberapa langkah-langkah yang harus diikuti⁴⁸:

a) Mengetahui khalayak

Komunikator perlu memperhatikan tipe dan juga latar belakang khalayak, pengetahuan dan pengalaman yang kompleks, keadaan lingkungan dimana pengadaan komunikasi tersebut dilaksanakan. Sehingga komunikasi tidak hanya menjadi pihak yang akan menerima pesan saja melainkan juga khalayak yang mampu menerjemahkan dan memahami pesan yang disampaikan komunikator dalam komunikasi.

b) Menyusun Pesan

Strategi komunikasi selanjutnya adalah penyusunan isi pesan yang mampu memikat antusias penerima pesan. Oleh karenanya penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat agar pesan yang kita berikan mempunyai daya tarik tersendiri bagi komunikan.

c) Menetapkan metode

Didalam proses komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek. Aspek yang pertama ialah menurut cara pelaksanaannya, sedangkan aspek yang kedua menurut dari bentuk dan isi, yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

d) Seleksi penggunaan media

Seleksi penggunaan media harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi khalayak, sehingga dalam proses penyampaian pesan tidak ada kesalahpahaman (noise). Jika sasarannya hanya sedikit dan lokasinya dapat dijangkau maka dapat menggunakan komunikasi secara langsung, tetapi apabila jumlah sasaran relatif luas dan tersebar maka saluran yang sesuai untuk digunakan adalah media massa.

Strategi komunikasi memiliki beberapa tujuan, antara lain⁴⁹ :

- 1) *To secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti oleh komunikan.
- 2) *To establish acceptance*, yaitu untuk dapat membina maupun mengelola pesan yang akan diterima oleh komunikan.

⁴⁸ Anwar Ariffin, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas* (Penerbit Armico, 1984).

⁴⁹ Onong Uchjana Effendy, *Lmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 32.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) *To motivate action*, yaitu untuk mendorong komunikasi agar melakukan tindakan yang sesuai dengan yang diinginkan.

Hafied Cangara menjelaskan dalam bukunya bahwa terdapat lima tahapan dalam strategi komunikasi, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan.⁵⁰

Eksistensi

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*, dan dari bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memilih keberadaan yang aktual. Eksistensi diartikan sebagai keberadaan, keadaan, adanya⁵¹. Eksistensi adalah apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan segala sesuatu (apa saja) yang ada didalam menekankan bahwa sesuatu itu ada⁵². Menurut Abidin Zaenal, Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu yang menjadi atau mengada. Hal ini sama seperti kata *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengkatualisasikan potensi-potensi didalamnya⁵³.

Ada empat indera di mana keberadaan dapat didefinisikan. Pertama dan terpenting, keberadaan adalah apa adanya⁵⁴. Kedua, yang memiliki aktualitas adalah eksistensi. Ketiga, Eksistensi adalah segala sesuatu yang dirasakan dan menggarisbawahi adanya sesuatu. Keempat, eksistensi adalah kelengkapan maka yang dimaksud dengan eksistensi adalah suatu keberadaan atau keadaan kegiatan usahanya masih ada dari dulu hingga sampai sekarang dan masih diterima oleh lingkungan masyarakat, dan keadaannya tersebut lebih dikenal atau lebih eksis dikalangan masyarakat⁵⁵.

kata eksistensi berkaitan dengan perusahaan. Dimana asuatu perusahaan harus mampu mempertahankan eksistensi pada suatu tempat. Dengan cara bersaing secara sehat dengan persaingan. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu

⁵⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, hal 72.

⁵¹ Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia, 2003), hal. 132.

⁵² Lorens bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 183.

⁵³ Abidin Zaenal, *Analisis Eksistensial* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2007), 16.

⁵⁴ Eugenius Besli, "Eksistensi Perusahaan Sub Sektor Restoran, Hotel, dan Pariwisata dalam Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Altman Z" Score" 4, no. 1 (2023).

⁵⁵ Hartana, "Eksistensi Dan Perkembangan Perusahaan Group Di Sektor Pertambangan," *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* Vol. 9 No. 3 (September 2021)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kodrat inherennya). Eksistensi merupakan keberadaan suatu unsur dimana keberadaannya itu mampu ia pertahankan adanya⁵⁶.

Eksistensi Perusahaan adalah Adanya aktivitas Perusahaan yang didasari oleh kegiatan ekonomi yang berkembang ke depan masyarakat melalui suatu fungsi dan tujuannya dimana dilakukan oleh tubuh atau usaha pribadi keduanya badan hukum dan juga tidak menjalankan badan hukum secara terus menerus dengan menciptakan jasa dan barang untuk pemasaran dan juga dapatkan, dapatkan keuntungan.

Jasa pengiriman barang

Pengiriman barang merupakan suatu sistem yang memiliki tujuan untuk mengirim produk terhadap pelanggan yang akan menerima suatu keputusan dengan cara menyediakan produk ditempat yang tepat dan waktu yang tepat dengan biaya yang paling sedikit⁵⁷. Sehingga beberapa perusahaan menyatakan bahwa distribusi tidak hanya sebagai pusat ongkos, melainkan batas antara peningkatan layanan terhadap pelanggan dengan pengurangan ongkos.

Jasa merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak terhadap pihak lain pada dasarnya tidak berbentuk. Produksi jasa berkaitan dengan produk benda ataupun sebaliknya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengiriman merupakan suatu proses, cara, perbuatan mengirimkan. Secara umum disimpulkan bahwa jasa pengiriman barang merupakan segala cara yang diselenggarakan secara pribadi maupun bersama – sama terhadap suatu organisasi untuk memberikan pelayanan jasa berbentuk pengiriman barang, baik antar kota, antar pulau, ataupun antar negara.

Pengiriman merupakan bagian yang penting dalam rantai persediaan yang berguna untuk menyiapkan dan mengirimkan barang terhadap pelanggan. Transportasi yang berhubungan dengan transportasi apa yang dipakai supaya lebih efektif baik dari biaya, kecepatan waktu, dan ketepatan waktu jasa pengiriman barang adalah seluruh kegiatan yang perlu dilakukan untuk mengirim barang sampai pada orang yang berhak menerimanya⁵⁸. Secara umum jasa pengiriman barang merupakan mempersiapkan pengiriman fisik barang dari pengirim ketempat tujuan

⁵⁶ Lorens bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal.183.

⁵⁷ Rahayu Mardikaningsih, "Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan," *Jurnal Baruna Horizon* 4, no. 1 (June 28, 2021): 64–73,

⁵⁸ Kusaimah, "Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang," *Adil* Vol 3, No 1 (n.d.): Mai, 2021.

yang disesuaikan dengan dokumen pemesanan dan pengiriman serta dalam kondisi yang sesuai dengan persyaratan penanganan barangnya.

Dalam dunia cargo ,sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang saat ini tumbuh pesat dalam dunia bisnis, perusahaan dalam bidang ini bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik pada pelanggannya baik dalam hal ketepatan waktu, keutuhan barang sampai pada ketepatan barang pada tempat tujuan maupun sistem transaksi pengiriman barang yang berhubungan langsung dengan pelanggan⁵⁹.

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional adalah suatu landasan yang digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengukuran pada variabel. Pada penelitian ini konsep operasional yang digunakan yaitu strataegi komunikasi menurut Hafied Cangara. Hafied Cangara menjelaskan dalam bukunya bahwa terdapat lima tahapan dalam strategi komunikasi, yaitu.⁶⁰

1. Penelitian

Mengetahui masalah apa yang sedang terjadi pada suatu organisasi ataupun suatu lembaga. Penelitian ini bermanfaat agar dapat memahami seluruh informasi mengenai suatu kasus, serta menganalisis situasi, dan memutuskan tindakan seperti apa yang harus dilakukan dalam memecahkan suatu permasalahan yang sedang terjadi.

2. Perencanaan

Meliputi kegiatan dalam mengembangkan visi dan misi suatu perusahaan atau organisasi, mengidentifikasi peluang serta ancaman dari eksternal perusahaan atau organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan atau organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan strategi alternative, dan memilih strategi yang telah direncanakan untuk digunakan.

3. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini memiliki tujuan yaitu agar dapat menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditentukan dalam tahap perencanaan.

⁵⁹ Marwanto Rahmatuloh and Muhammad Rizky Revanda, "Rancang Bangun Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada Pt. Haluan Indah Transporindo Berbasis Web" 14, no. 1 (2022).

⁶⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, hal 72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

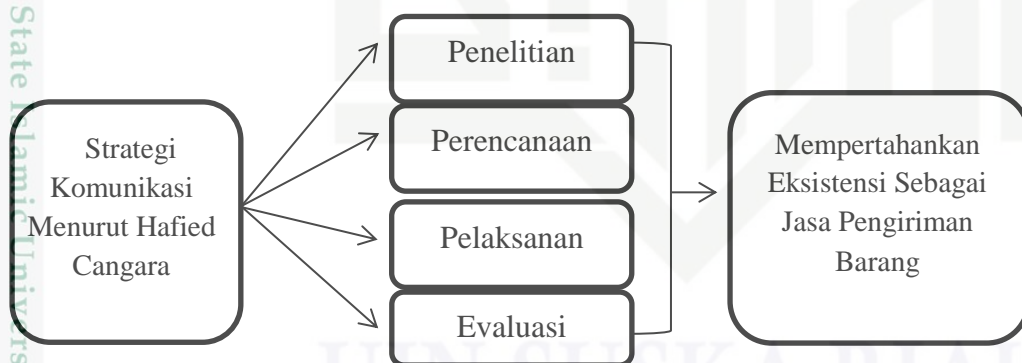
4. Evaluasi

Pada tahap ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Dimana jika strategi yang dijalankan telah dianggap baik, maka strategi tersebut boleh dilanjutkan, namun sebaliknya jika strategi tersebut tidak dapat berjalan dengan baik maka strategi tersebut harus dihentikan ataupun diganti dengan strategi yang baru⁶¹.

Dalam menjalankan bisnis di bidang cargo, PT Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru harus mampu mencari faktor internal ataupun eksternal yang nantinya akan memberikan peluang dan juga menjadi kekuatan dalam mewujudkan tujuan untuk tetap eksis di tengah masyarakat luas dengan strategi yang telah direncanakan. Sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang Cargo tentu harus mampu dengan perubahan *trend*, persaingan, kondisi ekonomi dan sosial, dan faktor lainnya.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi menurut Hafied Cangara yang meliputi lima indikator yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi .



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan peneliti 2023

⁶¹ *Ibid*, hal 72.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PEMIKIRAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang menelaah bagaimana dalam mendekati persoalan secara fenomenologis, yang memiliki arti cara untuk mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata (lisan, dan tulis), ucapan, isyarat, pengalaman dan perilaku yang diamati⁶². Metode penelitian kualitatif juga disebut dengan metode penelitian naturalistik karena penelitian ini dilakukan dengan kondisi yang alamiah (natural setting)⁶³.

Metode penelitian kualitatif dapat dipergunakan apabila peneliti akan memahami realitas social dari sudut pandang pelaku dan untuk memahami makna dalam suatu konteks serta apabila akan menjelaskan suatu proses pembentukan atau perkembangan realitas sosial⁶⁴.

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru yang terletak di Jl. Guru I No. 1, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru karena, PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ini salah satu Bisnis Cargo yang masih mempertahankan eksistensinya ditengah banyaknya bisnis Cargo yang menjamur karena tingginya minat konsumen dalam berbelanja *online*.

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan November sampai dengan penelitian ini selesai.

3.3 Sumber Data Penelitian

a) Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian⁶⁵. Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan hasil wawancara penulis dengan informan

⁶² Prof. Dr. Afrizal, M.A., *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed.1, Cet.3 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal 7.

⁶³ Rachmat Kriyantono, Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, ed 1 (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2006), hal 56.

⁶⁴ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet.23 (Bandung: ALFABETA,cv, 2026), hal 11.

⁶⁵ Moh Nazar, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Bhakti Indonesia, 2003), hal. 44.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari PT Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam observasi yang penulis lakukan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi buku harian, notulensi rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari perusahaan⁶⁶. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari hasil-hasil studi, tesis, hasil survei, studi historis, jurnal penelitian dan sebagainya⁶⁷.

Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen- dokumen yang ada di bagian administrasi, sales dan customer service yang ada di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.

3.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara purposive yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu⁶⁸. Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu. Seperti Informan kunci (key informan), merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal. Informan kunci dalam penelitian ini adalah beberapa Staf yang bekerja PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru diantaranya Human Resources (HR), Koordinator Operasional, Staf Administrasi, dan staf sales.⁶⁹

⁶⁶ *Ibid*, hal 45.

⁶⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet.23 (Bandung: ALFABETA, cv, 2026), hal 225.

⁶⁸ *Ibid*, hal 222.

⁶⁹ *Ibid*, hal 223.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Jabatan
1.	Risa Putri	Human Resource
2.	Ririn Sri Rahayu	Koordinator Operasional
3.	Wanda	Administrasi
4.	Novandri Syahputra	Sales/ CS

Tabel 3.1 Informan Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti 2023

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengenai Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang, dilakukan dengan berbagai teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

a) Wawancara Mendalam

Salah satu Teknik pengumpulan data yang lazim dipergunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam. Agar makna konsep wawancara mendalam dapat dipahami secara baik, maka konsep ini perlu dibedakan dari wawancara tidak terstruktur⁷⁰. Wawancara tidak terstruktur sama dengan wawancara bebas atau terbuka, dimana orang yang diwawancarai (informan) bebas menjawab pertanyaan- pertanyaan peneliti sebagai pewawancara. Pewawancara hanya mencatat atau merekam dengan alat rekaman yang digunakan oleh informan. Berbeda dengan wawancara, wawancara mendalam adalah suatu wawancara tanpa alternatif tanpa jawaban dan dilakukan untuk mendalami informasi dari seorang informan.

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi komunikasi ialah kepada Human Resource (HR) PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru. Dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan pedoman pertanyaan yang akan digunakan pada saat wawancara mengenai apa saja yang akan ditanyakan kepada narasumber sesuai dengan pedoman tersebut.

⁷⁰ Rachmat Kriyantono, Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hal, 101.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Observasi

Menurut Darlington observasi merupakan suatu cara yang sangat efektif untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh seseorang dalam konteks tertentu, seta pola runitas hingga pola interaksi dari aktivitas mereka sehari-hari. Metode observasi ini dapat memberikan pemahaman mengenai apa yang terjadi dalam suatu hubungan antara penyedia layanan dengan pengguna, maupun dalam keluarga, komite, unit lingkungan atau tempat tinggal.⁷¹

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara observasi non-partisipan. Dimana peneliti tidak ikut terlibat dalam Strategi Komunikasi PT Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan data sekunder sebagai sarana pendukung memahami dan menjelaskan masalah yang akan diteliti agar lebih operasional dan memberi solusi permasalahan yang ada⁷². Bahan dokumentasi pada penilitian ini berupa data dari dokumen-dokumen atau hasil dari obsevasi yang dilakukan di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.

3.6 Validitas Data

Pada penelitian ini, validitas data didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan informan penelitian. Validasi data membuktikan apa yang sudah diamati oleh peneliti sesuai dengamn kenyataan. Validasi data juga disebut dengan keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan terjamin. Untuk menguji validasi data yang dikumpulkan menggunakan Teknik Triangulasi⁷³. Teknik Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian⁷⁴. Teknik ini dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

⁷¹ Albi Anggito and ohan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal. 110.

⁷² Rachmat Kriyantono, Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hal, 120.

⁷³ Eko Putro Widyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal.46.

⁷⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet-1 (MEDIA ILMU PRESS, 2014), hal 125.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknik Triangulasi yang digunakan sebagai proses memantapkan kepercayaan dan konsisten data, serta ada manfaatnya sebagai alat bantu yang digunakan untuk memantapkan metode silang, seperti pengamatan dan wawancara atau penggunaan metode yang sama seperti wawancara dengan beberapa informan.

Dengan penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi sumber dengan cara membandingkan hasil wawancara lainnya agar mendapatkan data yang akurat. Triangulasi sumber yang dimaksud yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber⁷⁵. Penelitian kualitatif ini diharapkan peneliti dapat menggambarkan realitas empiris dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas yang terjadi sesuai peran strategi komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.⁷⁶

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan guna menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Analisis dari dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, mulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan laporan⁷⁷. Proses analisis data yang dilakukan penelitian ini menggunakan tiga langkah yaitu :

a) Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang, dengan wawancara, observasi dan dokumentasi akan dipilih dan fokuskan pada hal- hal yang berkaitan dengan mengenai Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang.

⁷⁵ Prof. Dr. Afrizal, M.A., *Metode Penelitian Kualitatif*, hal 134.

⁷⁶ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian : PR Dan Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 71.

⁷⁷ *Ibid*, hal71.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Penyajian Data (Display Data)

Setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan mendisplaykan data. Maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan. Dengan demikian dapat dilihat bagaimana Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang.

c) Penarikan Kesimpulan (Concluding Drawing Verivication)

Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti–bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya⁷⁸. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

⁷⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hal, 252.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Sejarah Umum PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis jasa pengiriman barang yaitu, pengiriman barang dalam skala besar dan hanya terdapat satu jalur pengiriman. A. Santos merupakan pendiri utama dari PT. Kirim Cepat Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2008 sampai dengan sekarang. Kantor pertama dari PT. Kirim Cepat Indonesia ini berada di Palembang. Beberapa tahun kemudian dengan banyaknya permintaan pengiriman barang maka dibuka lagi di daerah Jakarta dan Pekanbaru yang berperan sebagai kantor perwakilan yang membawahi beberapa agen atau anak cabang. Saat ini kantor pusat dari PT. Kirim Cepat Indonesia ini berada di Palembang, tepatnya di Jl. Mayor Santoso No.72, RT.24/RW.9, 20 Ilir D. III, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Berdirinya PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ini pada tahun 2008. Namun, PT. Kirim Cepat Indonesia ini sebelumnya bernama PT. Lingga Cargo. Pada tahun 2019, Owner dari perusahaan ini mempertimbangkan untuk mengganti nama perusahaannya menjadi PT. Kirim Cepat Indonesia.

“Salah satu alasan kenapa Lingga Cargo diubah namanya menjadi PT. Kirim Cepat Indonesia yaitu, owner perusahaan ingin membuat anak perusahaan baru. Jadi berdasarkan penilaian owner, Lingga Cargo Cabang Pekanbaru ini bisa dipercaya untuk membangun anak perusahaannya di Pekanbaru yang masih sama bergerak di bidang cargo, Untuk konsumennya masih sama dengan konsumen yang ada di Lingga Cargo.”⁷⁹

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang, PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada calon konsumen, konsumen ataupun mitra dan pihak lainnya yang bekerjasama sama dengan mereka. PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru saat ini memiliki 3 rute utama yaitu Riau

⁷⁹ Hasil wawancara peneliti dengan HR, Risa Putri, Senin, 17 Januari 2024, Pukul 14.30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

daratan, Sumatera Barat dan Jakarta. Pengiriman barang wilayah raiu daratan terdiri dari beberapa daerah seperti Perawang, Siak, Duri, Dumai, Pangkalan Kerinci, Ukui, Taluk Kuantan, Pematang Reba, dan Bengkalis, dan lain-lain. Sedangkan lintas Sumatra Baratnya terdiri dari Payakumbuh, Bukittinggi, dan Padang kemudian Jakarta.

Kargo merupakan merupakan layanan pengiriman barang yang mendistribusikan barang besar seperti kendaraan, *furniture* (perabotan), dan mesin⁸⁰. Sebagai usaha yang bergerak dibidang kargo darat, PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ini menerima barang mulai dari jenis barang yang kecil hingga barang yang besar. Kategori barang besar yang pernah dikirimkan oleh PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru seperti, sepeda motor, mobil, dan mesin produksi. Sedangkan untuk kategori barang kecil seperti, elektronik, alat keseharan, farmasi, bahan makanan (sayuran), dokumen dan emas (antam). Untuk memperlancar roda usaha, PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru memiliki armada sebagai sarana pengiriman barangnya. Saat ini tersedia 11 armada yang digunakan untuk pengiriman barang diantaranya 4 Fuso Engkel, 4 Coldisel Dobbble Engkel roda enam dan 3 Coldisel Engkel roda empat.

4.2. Logo PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, logo sangat berperan penting untuk menunjukkan identitas diri atau tanda kepemilikan yang membedakannya dengan identitas perusahaan atau organisasi lain⁸¹. Demikian halnya dengan PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru yang memiliki logo sebagai identitas diri. Berikut logo PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru:

Gambar 4.1 Logo PT. Kirim Cepat Indonesia
Sumber : PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru



⁸⁰ Vica Nurhayani Harahap, "Manajemen Strategi: Aplikasi Pada Perusahaan Cargo Udara di Bandara Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis," *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan* 17, no. 2 (March 8, 2021): 81–90, <https://doi.org/10.52186/aviasi.v17i2.62>.

⁸¹ Rustan, *Mendesain Logo* (Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama, 2009), hal 13.

4.3. Budaya Kerja PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Budaya kerja merupakan sebuah kebiasaan kegiatan dalam lingkungan kerja dari sebuah organisasi. Kebiasaan yang dimaksud adalah aturan baku yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh masing-masing individu dalam sebuah organisasi atau perusahaan.⁸² Budaya kerja dikenal juga sebagai nilai dari perilaku yang menjadi sebuah kebiasaan. Keterkaitan mutu kerja pada nilai-nilai kerja yang menjadi kebiasaan yang berasal dari adat istiadat, norma dan kaidah agama yang menjadi keyakinan pada diri pelaku kerja atau organisasi⁸³.

Budaya kerja juga di terapkan di PT. Kirim Cepat Indonesia. Dengan adanya budaya kerja, diharapkan seluruh SDM yang bekerja dapat melaksanakan tugas dengan baim dan aman. Berikut budaya kerja dari PT. Kirim Cepat Indonesia:

Gambar 4.2 Budaya Kerja PT. Kirim Cepat Indonesia
Sumber : PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru



- | | |
|--------------------|---|
| Cerdas | : Mampu bekerja dengan keras agar mampu menghadapi persaingan dalam bisnis Cargo dan Logistik. |
| Efektif | : Melaksanakan tujuan sesuai dengan hasil dan target berhasil |
| Profesional | : Melaksanakan tugas dengan baik, tuntas, sesuai keahlian, inovatif untuk mencapai hasil prima melalui kerjasama. |
| Aman | : Memastikan keselamatan dalam bekerja dan keamanan barang konsumen menjadi kunci keberhasilan bisnis. |

⁸² Mukson, "Budaya Kerja Dan Kompetensi Kerja: Kinerja Karyawan SPBU Di Kabupaten Brebes," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa* Vol. 17, No. 2 (September 2020): hal 10-20.

⁸³ Herwanto and Egi Radiansyah, "Pengaruh Budaya Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Cabang Windu Karsa Bakauheni Lampung Selatan," *Jurnal Ekonomi Dan Bisni* Vol. 11 No. 1 (July 2022): hal 1408-1418.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

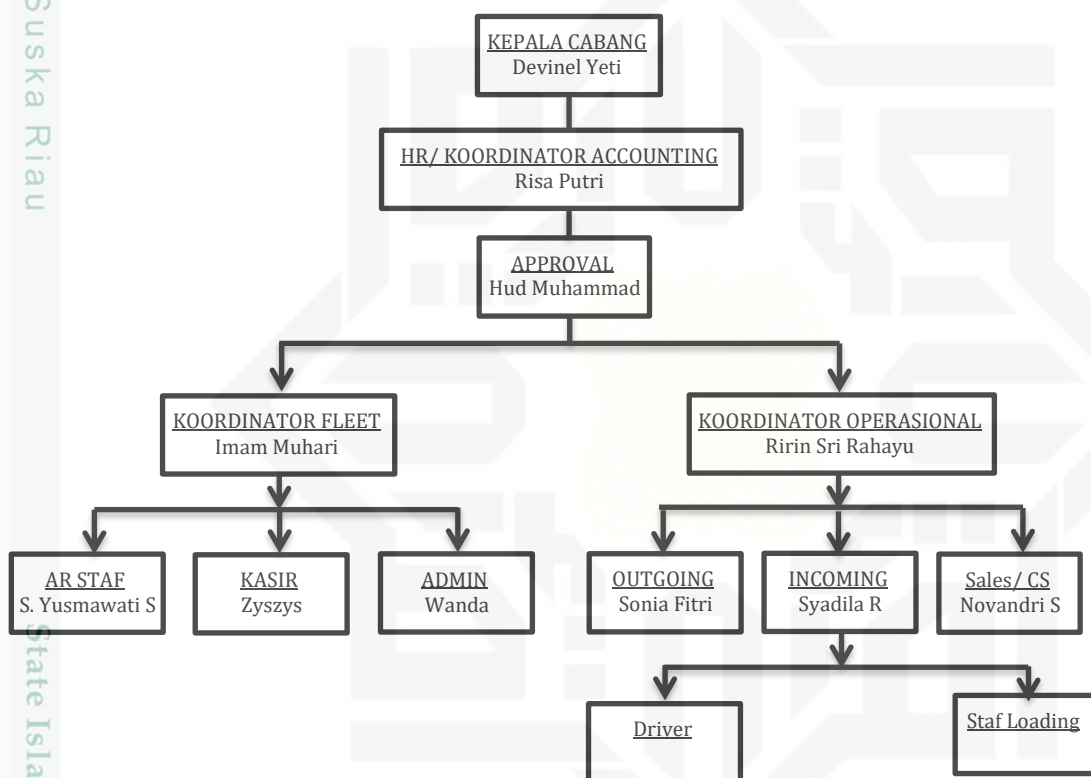
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terstruktur : Melaksanakan tugas sesuai dengan aturan yang telah diatur sehingga pelaksanaan kerja tertata dan rapi.

4.4. Struktur PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Struktur dalam organisasi bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai pelaksanaan atau pengimplementasian terhadap kewenangan jabatan yang ada di suatu organisasi. Berikut stuktur organisasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru.



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Sumber: PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

4.5. Informasi Media Sosial PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

PT. Kirim Cepat Indonesia menggunakan beberapa media sosial untuk mempromosikan jasa pengiriman barangnya, dan media ini juga dapat digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen terkait pengiriman barang. berikut akun media sosial:

1. Instagram: @lingga_cargo
2. Facebook: @Lingga Cargo Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Jasa Pengiriman Barang”. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, membuat platform *E-Commerce* terus berkembang dan membuat jasa pengiriman barang yang dikelola sendiri, sehingga hal itu mampu membatasi langkah dari perusahaan jasa pengiriman barang yang banyak mendapat konsumen dari berbelanja online.

Penelitian atau survei online dilakukan oleh Sales PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru melalui Instagram dan juga Google. selain itu informasi juga didapatkan dari mulut ke mulut melalui pada Driver yang sedang melaukan pengiriman ke daerah tujuan. Selanjutnya dengan informasi yang sudah terkumpul, serta pertimbangan yang telah dilihat berdasarkan sarana dan prasarana yang ada, maka sales membuat perencanaan untuk meningkatkan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang yang melibatkan HR, Koordinator operasional dan administrasi untuk membuat surat penawaran harga dan flyer.

Dalam pelaksanaannya, surat penawaran tersebut dikomunikasikan langsung oleh sales melalui WhatsApp dengan tujuan kepada relasi dan Flyer kepada masyarakat luas. Jangka waktu pengiriman surat penawaran dan flyer dilakukan 3-4 minggu sekali. Dari pelaksanaan strategi komunikasi ini evaluasi dilakukan sekali setahun yang sekaligus dihadiri oleh Kepala Cabang PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru. Dengan strategi komunikasi ini, Di tahun 2023 lalu perusahaan ini berhasil mendapat proyek pengiriman barang dari PT. Anugerah Pharmindo Lestari. Proyek tersebut ialah pengiriman obat-obatan sebanyak 1.250 koli. Pengiriman dilakukan selama sebulan yang diselingi dengan barang konsumen lainnya.

6.2. Saran

Penelitian ini masih banyak keterbatasan namun, dengan melihat Strategi Komunikasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru maka penulis berkeinginan untuk memberikan saran:

1. Pihak PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru perlu memperbaharui cara melakukan penelitian atau survei terkait perkembangan jasa pengiriman barang baik itu untuk wilayah

- pekanbaru, agar mampu meningkatkan dan mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang.
2. PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru hendaknya membuat Visi misi agar jalannya bisnis tetap berada pada tujuan yang telah ditetapkan.
 3. Perlu membuat platform dan website yang berisi informasi terkait perusahaan dan juga berisi informasi terkait jasa yang ditawarkan.
 4. Pihak PT. kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru perlu meningkatkan kompetensi SDM dan membuat tim yang dipercaya untuk mampu mengelola akun media sosial perusahaan ini agar tetap eksis dan bisa mengikuti perkembangan informasi yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Zaenal. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2007.
- Albi Anggito, and ohan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Andi Abdul Muis. *Komunikasi Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Anwar Arifin. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Penerbit Armico, 1984.
- artikata.com. “Definisi: Mempertahankan, Arti Kata,” Desember 2023.
- Besli, Eugenius. “Eksistensi Perusahaan Sub Sektor Restoran, Hotel, dan Pariwisata dalam Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Altman Z” *Score*” 4, no. 1 (2023).
- Birowo, Sigit. “Implementasi Aplikasi Jasa Pengiriman Barang Berbasis Android Pada Cv. Express Tri’yo Mujur,” n.d.
- Cartono, Cartono. “Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial.” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 2 (November 15, 2018): 59.
- David, fred. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prenhallinda, 2002.
- Dessy Anwar. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia, 2003.
- Eko Putro Widyoko. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Emalika Fijasya. “Strategi Komunikasi Bisnis Koran Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital.” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)* Vol. 5 No. 2 (2023): 123–35.
- Fitriandito, Gilang Niko. “Strategi Komunikasi Komunitas Kpfs (Koes Plus Fans Surakarta) Dalam Mempertahankan Eksistensi Musik Koes Plus,” n.d.
- Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Harahap, Vica Nurhayani. “Manajemen Strategi: Aplikasi Pada Perusahaan Cargo Udara di Bandara Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis.” *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan* 17, no. 2 (March 8, 2021): 81–90.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Harjani Hefni. *Komunikasi Islam*. Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2014.
- Hartana. “Eksistensi Dan Perkembangan Perusahaan Group Di Sektor Pertambangan.” *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* Vol. 9 No. 3 (September 2021).
- Hasil wawancara dengan Koordinator Operasional. Ririn Sri Rahayu, Senin 17 Januari 2024, Pukul 15.00 WIB.
- Hasil wawancara dengan staf admin. Wanda, Rabu 19 Januari 2024, Pukul 15.00 WIB.
- Hasil wawancara peneliti dengan HR. Risa Putri, Senin 17 Januari 2024, pukul 15.00 WIB.
- Hasil wawancara peneliti dengan Sales & CS. Novandri Syahputra, Rabu 19 January 2024, Pukul 14.00 WIB.
- Hendri. *Komunikasi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2005.
- Herwanto, and Egi Radiansyah. “Pengaruh Budaya Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Cabang Windu Karsa Bakauheni Lampung Selatan.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisni* Vol. 11 No. 1 (July 2022): hal 1408-1418.
- Ismaulidina, Isma, Effiati Juliana Hasibuan, and Taufik Wal Hidayat Wal Hidayat. “Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh.” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* 2, no. 1 (April 26, 2020): 12–17. \
- Jamaluddin Budiman. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Academia Press, 2001.
- Juwita Sari Gebrina Hutabarat, Besti Rohana Simbolon, and Rita Vinolia Aruan. “Strategi Komunikasi Ekspedisi Lion Parcel Cabang Bilal Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pasca Covid-19.” *Jurnal Social Opinion* Vol. 7, No. 2 (2023): 110–22.
- Kurniawati, Intan, Roro Retno Wulan, and Indra N. A. Pamungkas. “Pola Komunikasi Pertemuan Offline Komunitas Insta Nusantara Bandung.” *Jurnal Kajian Komunikasi* 5, no. 1 (June 20, 2017): 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kusaimah. “Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang.” *Adil* Vol 3, No 1 (n.d.): Mai, 2021.
- Lenggawa, Veza Aditya. “Strategi Jawa Pos Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Revolusi Industri 4.0” 01, no. 01 (2019).
- Lorens bagus. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Mahdi, Mahdi, and Masdudi Masdudi. “Membangun Relasi Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Sikap Sosial Remaja.” *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi* 8, no. 2 (November 28, 2019).
- Mardikaningsih, Rahayu. “Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan.” *Jurnal Baruna Horizon* 4, no. 1 (June 28, 2021): 64–73.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet-1. MEDIA ILMU PRESS, 2014.
- Moh Nazar. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhakti Indonesia, 2003.
- Mukson. “Budaya Kerja Dan Kompetensi Kerja: Kinerja Karyawan SPBU Di Kabupaten Brebes.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa* Vol. 17, No. 2 (September 2020): hal 10-20.
- Ningrum, Mila Priwanti, Pribadiyono Pribadiyono, and Enny Istanti. “Analisis SWOT sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT. Power Express Indonesia.” *Benchmark* 1, no. 2 (April 24, 2021): 75–84.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, and Achmad Wildan Kurniawan. “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi” 3, no. 1 (2017).
- Nurhadi, Zikri Fachrul, Haryadi Mujiyanto, and Hardan Adha Apriana. “Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garutan” 6, no. 1 (2020).
- Onong Uchjana Effendy. *Lmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Pranawukir, Iswahyu. “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumberdaya Manusia Dan Keunggulan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kompetitif Lembaga.” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 4, no. 2 (September 30, 2021): 247–59.

Pransiska, Yulmi, Sumaina Duku, and Hasril Atieq Pohan. “Strategi Gatra Sumbagsel Dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi Di Era New Media.” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 2 (May 17, 2023): 421–29.

Prasetyo, Agus, Adijati Utamingsih, and Paulus Wardoyo. “Strategi Bisnis Untuk Mempertahankan Penjualan Jasa Pengiriman Kargo Freight Forwarding Pada Masa Pandemi COVID-19.” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (January 21, 2023): 56–66.

Prof. Deddy Mulyana, Prof. Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet 12. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.

Prof. Dr. Afrizal, M.A. *Metode Penelitian Kualitatif*. Ed.1. Cet.3. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cet.23. Bandung: ALFABETA,cv, 2026.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi III. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.

Putri, Ary Mulyani. “Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant.” *Inter Script: Journal of Creative Communication* 1, no. 1 (December 11, 2019).

Quadratullah, Quadratullah. “Fungsi Komunikasi Islam Di Era Digital.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 20, no. 1 (July 1, 2019): 56.

Rachmat Kriyantono, Ph.D. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Ed 1. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2006.

Rahmatuloh, Marwanto, and Muhammad Rizky Revanda. “Rancang Bangun Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada Pt. Haluan Indah Transporindo Berbasis Web” 14, no. 1 (2022).

Rambalangi, Sarah Sambiran, and Ventje Kasenda. “Eksistensi Lembaga Adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Suatu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Studi Di Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat.” *EKSEKUTIF* Volume 1 No. 1 (2018).

Rozi, Muhammad Fahrul, and Lydia Christiani. “Peran Divisi Hubungan Masyarakat Upt Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Dalam Mempertahankan Eksistensi Perpustakaan,” n.d.

Ruslan Rosady. *Metode Penelitian: PR Dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.

Ruslan Rosady, Rosady. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada, 2000.

Rustan. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama, 2009.

Setiawan, Yasha Langitta, Januardi Nasir, Yumi Ariyati, and Tommy Dwi. “Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital” 8, no. 1 (2023).

Sihite, Mislal. “Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat.” *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (January 30, 2020): 98–105.

Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.

Wibawati, Diva Aulia Putri, Muhammad Hifzhul Al Ahdi, Nurul Izzah, and Winda Cahyani. “Analisis Swot Pada Ukm Minuman Sari Buah Kunyit Asam Di Desa Palaan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang.” *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)* 4, no. 2 (March 31, 2023): 108–18.

Wursanto. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005.

Yuliaty, Tetty. “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong” 19, no. 3 (2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman wawancara

- a. Informan Penelitian
 1. Risa Putri : Human Resource PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru
 2. Ririn Sri Rahayu : Koordinator Operasional PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru
 3. Wanda : Administrasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru
 4. Novandri Syahputra : Sales/ CS PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Pertanyaan Wawancara

1. Apakah Bapak/ibu selalu melakukan survey terhadap pangsa pasar ? (Apa tujuan utama dilakukannya survey)
2. Apakah Bapak/atau ibu melakukan survey secara offline dan bagaimana tahapannya ?
3. Apakah Bapak/atau ibu juga melakukan survey secara online dan bagaimana tahapannya ?
4. Dari survey online yang telah dilakukan apakah Bapak/ibu menyadari bahwa adanya persaingan terhadap jasa pengiriman barang secara online ? (Pendapat)
5. Setelah dilakukannya survey secara offline maupun online, bagaimana eksistensi dari jasa pengiriman barang pada PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru? (Meningkat/menurun)
6. Dengan pesatnya perkembangan jasa pengiriman barang saat ini baik dari sistem atau sarana dan prasarana, bagaimana cara Bapak/ibu melihat peluang untuk meningkatkan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia ? (Kekuranga, kelebihan)
7. Setelah dilakukannya survey, perencanaan komunikasi seperti apa yang dilakukan PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru untuk meningkatkan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang ?
8. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam perencanaan untuk meningkatkan eksistensi jasa pengiriman barang di PT.Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

9. Siapa yang dilibatkan dalam membuat perencanaan komunikasi, agar strategi komunikasi sesuai dengan harapan ?
10. Apa program perencanaan Bapak/ibu dalam tujuan jangka panjang dan jangka pendek untuk meningkatkan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang? (Seperti membuat program, atau bermitra)
11. Apasaja sarana dan prasarana yang ada di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru mendukung dalam perencanaan komunikasi yang akan dilakukan ? (Seperti sistem, dll)
12. Bagaimana bapak/ibu mengkomunikasikan perencanaan komunikasi tersebut kepada SDM yang ada di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ?
13. Bagaimana cara bapak ibu meningkatkan kompetensi SDM Agar dapat melaksanakan perencanaan komunikasi untuk meningkatkan eksistensi jasa pengiriman barang ?
14. Setelah merencanakan program untuk meningkatkan bisnis jasa pengiriman barang, apa langkah-langkah yang Bapak/Ibu laksanakan?
15. Apa saja hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan perencanaan meningkatkan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ?
16. Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan perencanaan mempertahankan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?
17. Membutuhkan waktu berapa lama dalam pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi tersebut?
18. Apa saja faktor pendukung dalam pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru sebagai jasa pengiriman barang?
19. Apa yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?
20. Apakah Bapak/Ibu dalam pelaksanaan rencana yang dibuat juga menggunakan media Sosial?
21. Bagaimana bentuk evaluasi dari pelaksanaan perencanaan komunikasi yang telah dilakukan oleh PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang?
22. Berapa kali evaluasi perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?
23. Bagaimana mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen guna mempertahankan eksistensi bisnis Bapak/Ibu ? (Seperti: keluhan pelanggan,dll)

24. Guna mempertahankan loyalitas konsumen, apa langkah-langkah yang Bapak/ibu lakukan jika barang konsumen mengalami kerusakan, pengiriman barang tidak tepat waktu, dll ?
25. Apa yang Bapak/Ibu harapkan dari melakukan pengevaluasian terhadap perencanaan yang telah dilakukan?
26. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dari strategi komunikasi yang telah dilakukan ? (Seperti: bertambahnya konsumen, transportasi pengiriman meningkat, jumlah barang yang dikirimkan semakin banyak, daerah pengiriman bertambah, dll)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 2

Hasil Wawancara di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
1.	Bagaimana penelitian atau survei yang dilakukan oleh PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang?	Risa Putri	Untuk melihat perkembangan bisnis yang terjadi saat ini, kami tidak ada melakukan penelitian atau survey secara khusus karena sumber daya dan beberapa hal lainnya yang membuat kami tidak melakukan hal tersebut. Tapi kami biasanya mendapatkan informasi dari driver yang sedang melakukan pengiriman barang. Misalnya, ketika mereka sampai di agen tertentu mereka istirahat makan, atau menunggu semua barang diturunkan, nah disaat itulah mereka berbincang dengan sesama driver atau bagian admin dari agen mengenai harga, jumlah barang (koli) mereka saat ini dari cargo lainnya. Selain itu dari tahun 2023 sudah ada penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa yang sedang menyelesaikan tugas akhir seperti penelitian dan itu juga salah satu hal yang bisa membantu kami juga dalam melihat bagaimana kinerja, eksistensi dan juga hal lainnya yang berkaitan di perusahaan kami
		Novandri Syahputra	Kalau untuk survei atau melakukan penelitian seperti itu secara spesifik kita belum ada melakukannya, hanya saja kita memantau melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
1.			<p>media sosial seperti instagram, googling, dari akun media sosial masing-masing, bahwa saat ini memang banyak platform E-Commerce yang sudah memiliki pengiriman barang sendiri dan hal ini sebenarnya berpengaruh kepada pengiriman barang kami. Sejak adanya E-Commerce yang membuat jasa pengiriman barang, jumlah pengiriman ke kita bisa dikatakan menurun dari biasanya. Selain itu informasi juga kita dapatkan juga ketika mitra atau relasi mengirimkan barang ke cargo kita, nah disaat itulah kami mendapatkan informasi dengan sedikit berbincang dengan relasi.</p>
2.	<p>Setelah dilakukannya penelitian atau survei secara offline/ online, bagaimana eksistensi dari jasa pengiriman barang di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?</p>	<p>Ririn Sri Rahayu</p>	<p>Berdasarkan data yang saya terima, dan juga dilihat dari aktifitas keberangkatan armada bahwa saat ini, memang terjadi penurunan pada angka pengiriman barang di perusahaan kami. Biasanya dalam sekali keberangkatan armada untuk daerah Riau Daratan dan Sumbar (Sumatera Barat) itu muatan maksimal barang di mobil itu mencapai 5 Ton untuk jenis mobil Colt Diesel roda 4 dan 6, sementara untuk Fuso Engkel sekali muatan dengan berat barang 12 Ton dengan tujuan pengiriman ke Jakarta. Namun ketika pengiriman menurun seperti ini, muatan barang yang dikirim itu</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
2			menurun sampai dengan 1 Ton atau paling kecil 500 Kg untuk mobil Colt Diesel dan sementara untuk armada Fuso engkel dengan muatan paling sedikitnya 3 Ton. Kami sebagai perusahaan cargo ini memiliki target estimasi barang sampai dan diterima oleh konsumen di tanggal berapa. Jadi ketika muatan armada tidak sampai muatan maksimal, armada tersebut harus tetap berangkat. Karena kita sudah dipercaya oleh konsumen atau mitra yang mengirimkan barang melalui cargo kita dan kita harus mempertahankan kepercayaan mereka dengan mengirimkan barang tersebut sampai tepat pada waktunya
		Wanda	Memang benar, bahwa saat ini terjadi penurunan pada jasa pengiriman barang di perusahaan kita. Dengan tanggung jawab pekerjaan yang diberikan kepada saya, jadi saya bisa membandingkan jumlah pengiriman barang dari tahun ke tahun. Seperti yang terjadi 3 tahun terakhir ini
3	Setelah dilakukannya survey, perencanaan komunikasi seperti apa yang dilakukan PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru untuk meningkat eksistensi sebagai jasa pengiriman barang	Risa Putri	Saat kami mengetahui bagaimana perkembangan bisnis jasa pengiriman barang saat ini, kami berusaha untuk mempertahankan dan kalau bisa meningkatkan angka pengiriman barang di perusahaan kami, tentunya dengan mempertimbangkan SDM dan fasilitas yang kami miliki
		Novandri	Jadi setelah melihat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
		Syahputra	perkembangan jasa pengiriman barang dan dampaknya terhadap perusahaan kami. Maka perencanaan perlu kami laksanakan, salah satunya dengan membuat strategi komunikasi yang harapannya isi dari komunikasi yang kami lakukan tersampaikan kepada sasaran kami
4	Langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam perencanaan untuk meningkatkan eksistensi jasa pengiriman barang di PT.Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru	Novandri Syahputra	Untuk menarik kembali perhatian konsumen atau relasi kita, hal yang kami rencanakan itu seperti membuat flayer yang akan di posting di akun instragram. Di flayer tersebut yang kami cantumkan seperti, diskon harga, apa manfaat yang mereka mereka dapatkan, dan diskon ini berlaku untuk pengiriman di rute yang di tentukan oleh tim. Namun, saat ini akun instragram tersebut sudah tidak aktif lagi karna memang kami jarang update. Untuk saat ini dalam mempertahankan dan juga meningkatkan eksistensi kami sebagai jasa pengiriman barang, perencanaan kami seperti memberikan penawaran potongan harga melalui WhatsApp dengan mengirimkan suat penawaran harga kepada mitra. Dalam penawaran, kami memberikan Diskon 20% untuk pengiriman ke setiap daerah tujuan dengan minimumcas 20 Kg kepada para relais. Namun jika barang yang mereka kirimkan dibawah angka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
			<p>minimumcas maka hitungan harga tetap kita hitung harga 20kg dengan potongan harga yang diberikan. Perencanaan Program seperti ini yang kami lakukan agar mereka tetap memilih kami sebagai jasa pengiriman barangnya. Dan untuk daftar relasi itu kita komunikasikan lagi ke bagian administrasi, supaya kita bisa memastikan bahwa ketika pelaksanaannya tidak ada mitra yang terlewatkan</p>
5.	<p>Bagaimana cara bapak ibu meningkatkan kompetensi SDM Agar dapat melaksanakan perencanaan komunikasi untuk meningkatkan eksistensi jasa pengiriman barang ?</p>	Novandri Syahputra	<p>Untuk menarik kembali perhatian konsumen atau relasi kita, hal yang kami rencanakan itu seperti membuat flayer yang akan di posting di akun instagram. Di flayer tersebut yang kami cantumkan seperti, diskon harga, apa manfaat yang mereka mereka dapatkan, dan diskon ini berlaku untuk pengiriman di rute yang di tentukan oleh tim. Namun, saat ini akun instagram tersebut sudah tidak aktif lagi karna memang kami jarang update. Untuk saat ini dalam mempertahankan dan juga meningkatkan eksistensi kami sebagai jasa pengiriman barang, perencanaan kami seperti memberikan penawaran potongan harga melalui WhatsApp dengan mengirimkan suat penawaran harga kepada mitra. Dalam penawaran, kami memberikan Diskon 20% untuk pengiriman ke setiap daerah tujuan dengan minimumcas 20 Kg kepada</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
6.	Bagaimana cara bapak ibu meningkatkan kompetensi SDM Agar dapat melaksanakan perencanaan komunikasi untuk meningkatkan eksistensi jasa pengiriman barang ?	Novandri Syahputra	para relais. Namun jika barang yang mereka kirimkan dibawah angka minimumcas maka hitungan harga tetap kita hitung harga 20kg dengan potongan harga yang diberikan. Perencanaan Program seperti ini yang kami lakukan agar mereka tetap memilih kami sebagai jasa pengiriman barangnya. Dan untuk daftar relasi itu kita komunikasikan lagi ke bagian administrasi, supaya kita bisa memastikan bahwa ketika pelaksanaannya tidak ada mitra yang terlewatkan
		Wanda	Peningkatan kompetensi sdm secara khusus seperti mengikuti kelas seminar belum pernah dan buku panduan yang berhubungan dengan pengembangan diri yang disediakan dari perusahaan juga belum ada. Hanya saja kami setiap minggu melakukan Briefing untuk saling mengingatkan dan saling menyemangati satu sama lainnya.
		Risa Putri	Mulai dari awal saya bekerja disini, kita belum pernah diberikan edukasi bagaimana meningkatkan kompetensi kita dari masing-masing bidang, seperti seminar, mengikuti kelas pengembangan diri juga belum ada. Memang benar di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ini dan dengan nama yang sebelumnya belum ada seminar atau kelas khusus yang kami



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
			selenggarakan untuk rekan-rekan kerja disini. sebagai team work kami hanya melaksanakan briefing untuk cross check, saling mengingatkan dan menyemangati satu sama lain agar ketika dalam bekerja keadaan bekerja bisa aman profesional dan lain-lain sesuai dengan budaya kerja kita
7	Bagaimana bentuk komunikasi dari perencanaan yang telah dibuat untuk meningkatkan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru ?	Novandri Syahputra	Surat penawaran tersebut dibuat dalam bentuk file yang didalamnya sudah ada ketentuan seperti, penawaran jasa pengiriman barang pindahan yang mencantumkan estimasi berapa lama waktu pengiriman barang, fasilitas yang diterima pengiriman dari mana dan tujuan kemana, serta total biaya yang dari pengiriman barang tersebut. Sama halnya dengan flyer yang kita buat
8	Apakah Bapak/Ibu dalam pelaksanaan rencana yang dibuat juga menggunakan media Sosial?	Novandri Syahputra	Untuk mengkomunikasikan baik itu surat penawaran harga kita menyebarkannya melalui aplikasi WhatsApp. Kita akan personal chat mitra dengan mengirimkan penawaran harga yang telah kita buat. Untuk flyer, itu kita sebar menggunakan instagram. Terkadang kami juga menelfon mitra yang sudah lama tidak mengirimkan barang ke kita agar tali silaturahmi tidak terputus
9	Bagaimana menjadwalkan perencanaan yang	Risa Putri	Untuk saat ini kegiatan yang kita lakukan hanya melakukan penawaran harga



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
	telah dilakukan?		<p>kepada relasi. Karena akun instagram kita sudah tidak update lagi dan juga kita tidak ada menentukan siapa yang akan handle publikasi terkait perusahaan. Oleh karena itu fokus kami untuk meningkatkan dan mempertahankan perusahaan ini dengan terus menjalin komunikasi dengan para konsumen dan pelanggan, dan juga memberikan penawaran harga tergantung progres pengiriman barang kita naik atau menurun. Ketika menurun seperti saat ini kita akan melakukan penawaran harga kepada relasi sekali seminggu. namun jika sedang bagus (naik) penawaran harga kita lakukan 3-4 minggu sekali</p>
10.	<p>Apa saja faktor pendukung dalam pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru sebagai jasa pengiriman barang?</p>	Ririn Sri Rahayu	<p>Faktor pendukung dari pelaksanaan program penawaran harga ini ada, beberapa. Salah satunya karyawan kita saling bersinergi untuk memberikan informasi, membuka peluang dengan selalu menjalin komunikasi dengan mitra dan karyawan dari mitra. Koordinasi tiap-tiap karyawan juga membantu meminimalkan miskomunikasi sehingga kita cepat mendapatkan informasi. Walaupun kita terbatas dengan sistem, kita sebagai teamwork saling bertukar pikiran sehingga terciptalah program penawaran harga ini</p>
11.	<p>Apa yang menjadi hambatan dalam</p>	Novandri Syahputra	<p>Dalam suatu pekerjaan pasti ada tantangannya sendiri,</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
12.	<p>pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?</p> <p>Bagaimana Bapak/Ibu mengatasi faktor penghambat dalam pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi yang dilaksanakan?</p>	<p>Novandri Syahputra</p>	<p>salah satunya saya sebagai sales harus mampu mengajak mitra agar mempercayakan untuk mengirimkan barang melalui kita. Karna bisnis jasa pengiriman barang tidak hanya satu di Pekanbaru bahkan ada yang sudah memiliki platform sendiri. Persaingan antar cargo lain itu sudah pasti, karena setiap perusahaan mempunyai sales dan programnya masing masing untuk meningkatkan dan mempertahankan perusahaan mereka</p> <p>Cara mengatasi tersebut seperti, kami tingkatkan lagi waktu komunikasi dengan para mitra. Komunikasi yang kita lakukan via WhatsApp, telepon seluler dan kadang kita bertemu dengan mitra di luar kantor juga untuk membuat suasana baru. Selain itu juga menyambut konsumen dengan baik memberikan kenyamanan dengan fasilitas untuk pengiriman barang, dengan memastikan barang mereka aman, tidak tertukar dan pastinya tidak rusak ketika sampai di tangan penerima, fasilitas packing barang mulai dari Bubble Wrap sampai dengan box kayu dan container. dan juga untuk barang-barang yang mudah pecah, kita beri stiker barang mudah pecah, sehingga ketika barang sebang Loading (disusun dalam armada), pekerja gudang bisa memisahkan barang tersebut</p>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
13.	Bagaimana bentuk evaluasi dari pelaksanaan perencanaan komunikasi yang telah dilakukan oleh PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi sebagai jasa pengiriman barang?	Novandri Syahputra	ke tempat yang lebih aman Benar, kita ada melakukan evaluasi. pertama saya dan bagian administrasi membuat rapat kecil untuk mengetahui apakah ada penambahan permintaan pengiriman barang dari mitra, karena yang mengetahui berapa banyak pengiriman adalah bagian staf administrasi
		Wanda	Iya benar, biasanya setelah melaksanakan penawaran dan diskon harga, divisi sales akan membuat rapat kecil dengan bagian administrasi untuk melihat perkembangan dari permintaan pengiriman barang dengan perusahaahn kita
14.	Berapa kali evaluasi perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?	Novandri Syahputra	Evaluasi untuk perencanaan strategi komunikasi di PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru dilaksanakan setiap satu tahun sekali, dan juga termasuk evaluasi secara keseluruhan yang dihadiri oleh kepala cabang
		Risa Putri	Untuk evaluasi terhadap penawaran yang sudah dilakukan oleh tim sales dilakukan ketika evaluasi akhir , yaitu evaluasi yang kita lakukan sekali setahun di akhir tahun bersama dengan kepala cabang PT.Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru
15.	Bagaimana hasil dari perencanaan yang telah buat terhadap eksistensi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru?	Novandri Syahputra	alhamdulillah di sebelum penutupan tahun 2023, tepatnya di bulan November kami menerima projek pengiriman barang APL (PT. Anugerah Pharmindo Lestari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Nama Informan	Jawaban
		Ririn Sri Rahayu) sebanyak 1.250 koli. Proyek ini berhasil tembus di perusahaan kita berkat penwaran harga yang telah dilakukan pada bulan november kami mendapat proyek pengiriman barang dari PT. Anugerah Pharmindo Lestari sebanyak 1.250 koli. Pengiriman barang ini memakan waktu satu bulan, kerana kita memang ada pengiriman barang setiap hari, jadi di gabung dengan projek ini, jadi di angsur-angsur ke tiap daerahnya

Lampiran 3

Dokumentasi Wawancara



Lokasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara Pra Riset dengan Koordinator Operasional, Ririn Sri Rahayu
Pada Senin, 20 November 2023



Wawancara dengan Human Resource (HR) PT. Kirim Cepat Indonesia, Risa Putri
Pada Senin, 17 Januari 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dengan Koordinator Operasional PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru, Ririn Sri Rahayu Pada Senin, 17 Januari 2024



Wawancara dengan Sales & Customer Service PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang Pekanbaru Pada Rabu, 19 Januari 2024



Wawancara dengan Staf Administrasi PT. Kirim Cepat Indonesia Cabang
Pekanbaru
Pada, Rabu 19 Januari 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nia Firdahernia lahir di Pekanbaru, Provinsi Riau pada tanggal 27 Januari 2002, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Firdaus dan Ibu Leni Hermania. Penulis mengawali pendidikan di TK R.A Adinda, Pekanbaru dan lulus pada tahun 2008. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah dasar negeri 111 Pekanbaru, Provinsi Riau dan lulus pada tahun 2014. Lalu penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 20 Pekanbaru, Provinsi Riau dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMKN 4 Pekanbaru dengan jurusan Tata Busana dan lulus pada tahun 2020.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi Jenjang S1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas dakwah dan Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi. Selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi, Penulis bergabung pada Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan menjadi anggota pada Divisi Pemberdayaan Perempuan. Penulis juga aktif dalam beberapa organisasi eksternal seperti Dream Event Organizer dan dipercaya menjadi CO humas dan berhasil menjalin kerjasama dengan beberapa brand dan juga media. Kemudian penulis juga bergabung dengan Prameswara, dipercaya menjadi anggota dari humas dalam kesempatan ini penulis juga berhasil menjalin kerjasama dengan beberapa brand dan juga media partner. Selanjutnya pada bulan Juli hingga Agustus 2023 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) DI Desa Lubuk Ogung, Kecamatan Bandar Sei Kijang, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau sebagai Sekretaris. Pada bulan September hingga November 2023, Penulis melaksanakan Job Training di RSIA Zainab sebagai Mahasiswa Training Bidang SDM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.