

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT.KAI (persero) merupakan badan lembaga pemerintah yang mengelola perkeretaapian di Indonesia . Kereta api di Indonesia merupakan sarana transportasi yang menghubungkan beberapa tempat di Pulau Jawa dan juga terdapat di Pulau Sumatra. Kereta api di Indonesia sudah di operasikan sejak jaman penjajahan Belanda pada 1864 dengan dasar hukum Hindia Belanda, dan terus berkembang hingga sekarang menjadi PT.KAI. Untuk meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, PT.KAI membuat perubahan besar dari mulai logo hingga struktur kerja. PT.KAI dibagi kedalam beberapa wilayah-wilayah operasional dari Sumatra hingga Jawa, salah satunya adalah Daop 2 (Daerah Operasional 2), yang mengatur perkeretaapian di wilayah Bandung hingga Tasikmalaya.

Di dalam DAOP 2 terdapat berbagai macam produk angkutan penumpang, Salah satunya adalah Argo Parahyangan, yang mengangkut penumpang dari stasiun Bandung ke Stasiun Gambir Jakarta. Argo Parahyangan merupakan produk leburan antara Argo Gede dan Parahayangan.

Argo Parahyangan dipilih untuk di promosikan agar mampu bersaing dengan moda transportasi lainnya untuk tujuan Jakarta -Bandung , yang lebih murah dan lebih cepat

Untuk mendapatkan strategi dan cara yang tepat, perlu di adakan riset dan perancangan melalui data yang akurat dan bantuan dari berbagai pihak. Agar mendapatkan jalan keluar yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara yang tepat untuk mempromosikan Argo Parahyangan yang berada di DAOP 2 ?
2. Bagaimana mengkomunikasikan keunikan dari Argo Parahayngan agar pesan yang ingin disampaikan bisa diterima konsumen dan mampu bersaing dengan para kompetitornya?

1.3 Batasan Masalah

Dalam proses penelitian, penulis memberikan batasan kepada objek penelitian agar tidak terlalu luas dan tetap fokus dengan permasalahan target, antara lain sebagai berikut :

- Daerah Operasi yang di teliti dari PT.KAI adalah Daerah Operasi 2 (DAOP2) khususnya jurusan Argo Parahyangan.
- Segementasi : Dewasa umur 25-35 tahun

- Pengamatan di lakukan dari September awal hingga November 2012

1.4 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan batasan permasalahan yang telah diuraikan di atas, berikut ini garis besar yang ingin diperoleh dari penelitian ini:

- Menemukan cara yang sesuai untuk mempromosikan argo parahyangan.
- Mengangkat keunikan perjalanan kereta api Argo Parahyangan.

1.5 Cara Pengumpulan Data

- Wawancara

Penulis melakukan beberapa wawancara kepada narasumber terpercaya, pihak yang berkaitan dengan PT KAI khususnya di DAOP 2 Bandung.

- Observasi

Melakukan peninjauan secara langsung terhadap objek dilokasi. Baik melihat konsumen, juga melihat lingkungan di sekitar stasiun. Dengan observasi penulis dapat melihat sendiri keadaan dan bentuk rupa objek penelitian.

- Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui referensi buku yang berhubungan dengan kereta api .

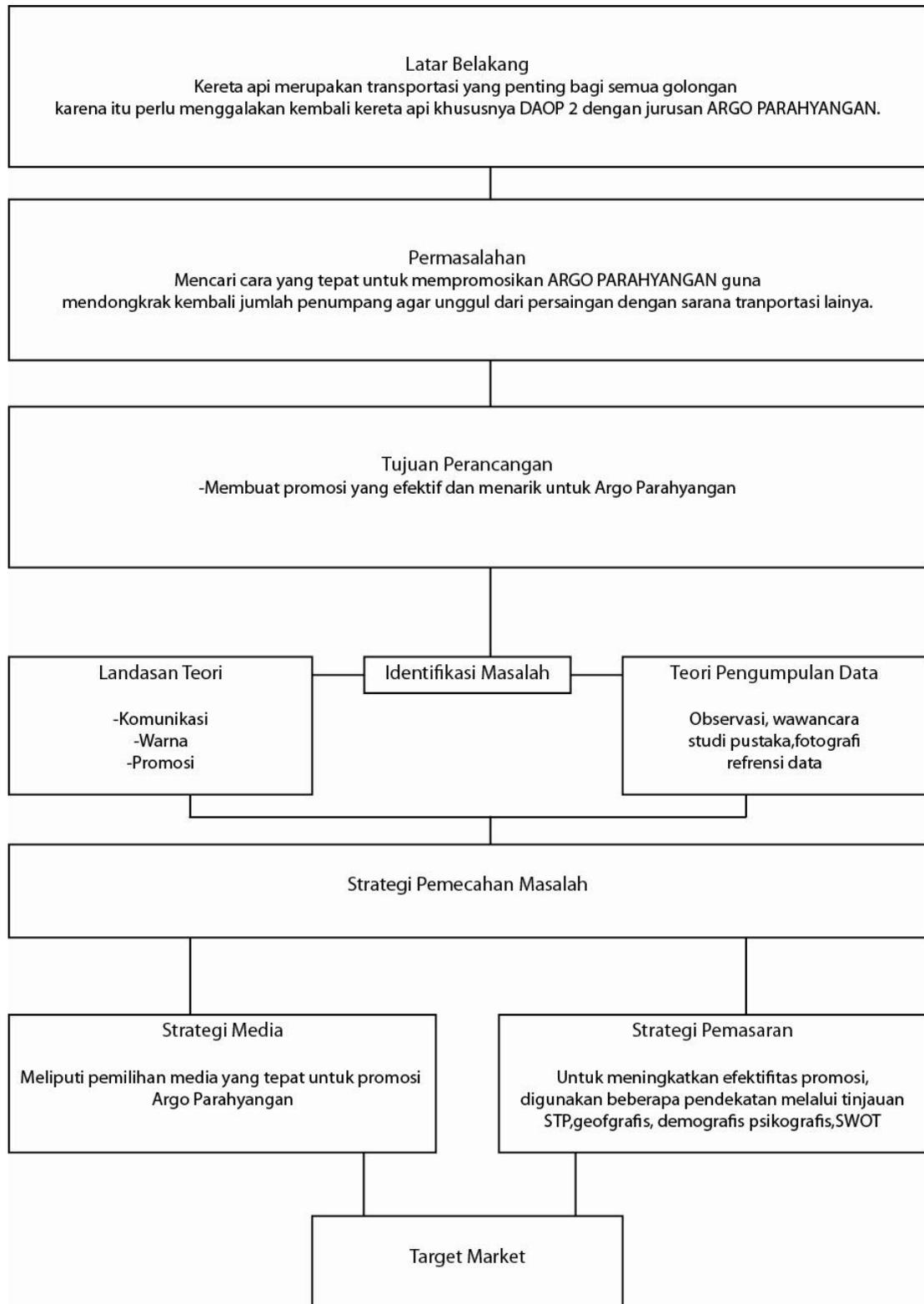
- Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk menyimpan gambar dari stasiun di DAOP2, berikut kondisi lingkungannya.

- Kuesioner

Penulis membagi-bagikan angket kuesioner untuk diisi oleh responden yang sesuai.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan