

**SKRIPSI**  
**STRATEGI DIFERENSIASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA**  
**PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN ANTER#ANTER YOGYAKARTA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Ilmu Komunikasi



**Oleh,**  
Agam Sastra Hamzani 17.96.0363

**Dosen Pembimbing**  
Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**STRATEGI DIFERENSIASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA  
PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN ANTER#ANTER YOGYAKARTA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Agam Sastra Hamzani**

**17.96.0363**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

**Angga Intueri mahendra P., S.Sos, M.I.Kom**

(NIK. 190302339)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi

**Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom**

NIK. 190302125

**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.**

NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Agam Sastra Hamzani  
NIM : 17.96.0363  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 25 Februari 2021

Yang Memberikan Pernyataan



Agam Sastra Hamzani

NIM. 17.96.0363

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Anter#Anter Yogyakarta yang beralamatkan di jalan Wahid Hasyim, Condongcatur, Sleman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi diferensiasi komunikasi pemasaran pada perusahaan jasa pengiriman Anter#Anter Yogyakarta. Metode penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu primer dan skunder dengan pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Anter#Anter Yogyakarta mendiferensiasikan perusahaannya berdasarkan tiga dimensi yaitu konten, konteks, dan infrastruktur. Anter#Anter Yogyakarta memiliki keunggulan di bidang pelayanan dan tarif yang berpotensi menjadi sumber diferensiasi. Namun, peneliti menemukan beberapa hal yang perlu diperbaiki, termasuk kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) dan jangkauan wilayah. Untuk dapat memberikan pengiriman yang lebih cepat dan luas diperlukan jumlah sumber daya manusia dan cakupan wilayah yang luas. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperbanyak infrastruktur dari segi SDM dan kantor cabang di berbagai daerah.

***Kata kunci: Strategi diferensiasi, jasa pengiriman, Anter#Anter Yogyakarta***

## ABSTRACT

The study was conducted in the Anter#Anter Yogyakarta company which is located at Jalan Wahid Hasyim, Condongcatu, Sleman. The purpose of this study was to determine the differentiation strategy of marketing communications in the delivery service Anter#Anter Yogyakarta company. This research method is descriptive with a qualitative approach. The data collection techniques used are primary and secondary with the selection of informants using purposive sampling technique. The methods used in data analysis are data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the research results, it shows that the Anter#Anter Yogyakarta company differentiates its companies based on three dimensions, namely content, context, and infrastructure. Anter#Anter Yogyakarta has advantages in the field of services and tariffs that have the potential to be a source of differentiation. However, the researchers found several things that need to be improved, including the quality of SDM (Human Resources) and area coverage. To be able to provide a faster and wider delivery requires a large number of human resources and a wide area coverage. This can be done by expanding the infrastructure in terms of human resources and branch offices in various regions.

***Keywords: differentiation strategy, delivery service, Anter#Anter Yogyakarta***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Bapak Angga Intueri mahendra P., S.Sos, M.I.Kom (Pembimbing).
5. Segenap pihak Anter#Anter Yogyakarta yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.
6. Segenap Dosen program studi Ilmu komunikasi.
7. kedua orang tua tercinta ayahanda Zarkasir dan ibunda Miskiah, terima kasih untuk segalanya, atas lantunan do'a yang selalu mengiringi setiap langkah saya menuntut ilmu, dukungan, pengorbanan dan kesabaran serta limpahan kasih sayang yang telah diberikan selama ini menjadi motivasi dan inspirasi.
8. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi 05 yang selalu memberikan support.

Yogyakarta, 26 Februari 2021

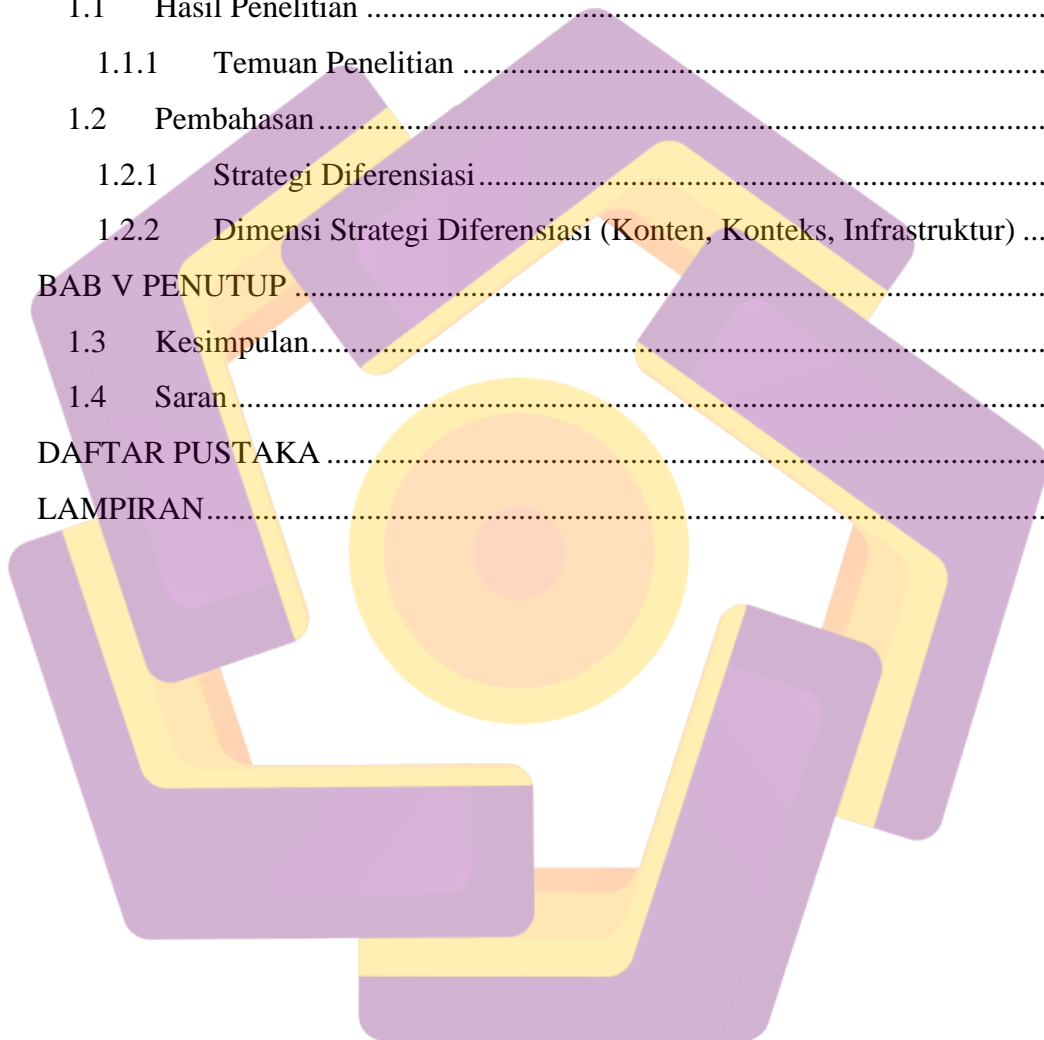


Agam Sastra Hamzani

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Strategi Diferensiasi.....	14
2.2.3 Dimensi Rumusan Strategi Diferensiasi.....	14
2.3 Kerangka Berfikir.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
1.1 Desain Penelitian.....	19
1.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	19
1.2 Objek Penelitian.....	19
1.2.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	19
1.2.2 Logo, Visi dan Misi Perusahaan.....	20
1.3 Subjek Penelitian.....	21
1.3.1 Populasi.....	21

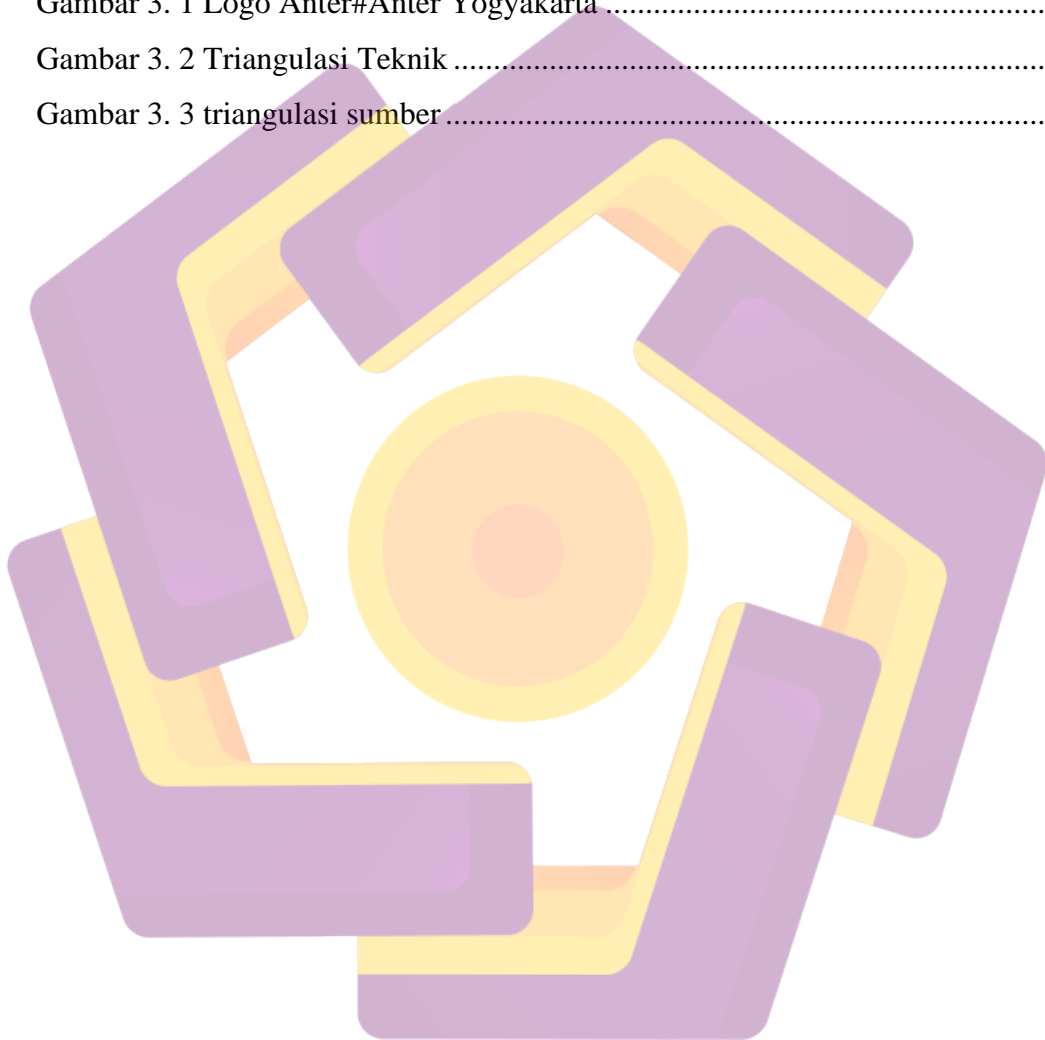
1.3.2	Teknik Sampling .....	22
1.4	Jenis dan Sumber Data .....	22
1.5	Teknik Analisis Data .....	24
1.6	Triangulasi (Uji Validitas) .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>28</b>
1.1	Hasil Penelitian .....	28
1.1.1	Temuan Penelitian .....	28
1.2	Pembahasan .....	45
1.2.1	Strategi Diferensiasi .....	46
1.2.2	Dimensi Strategi Diferensiasi (Konten, Konteks, Infrastruktur) .....	47
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>52</b>
1.3	Kesimpulan .....	52
1.4	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>58</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik jumlah kiriman Anter#Anter Periode Mei-Desember 2020 ....5	
Gambar 2. 1 Proses Komunikasi.....11	
Gambar 3. 1 Logo Anter#Anter Yogyakarta .....20	
Gambar 3. 2 Triangulasi Teknik .....26	
Gambar 3. 3 triangulasi sumber .....27	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi DIY 2015-2020 .....	1
Tabel 1. 2 Layanan jasa pengiriman lain di Daerah Istimewa Yogyakarta .....	4
Tabel 1. 3 Layanan jasa pengiriman Anter#Anter .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	8

