

ABSTRAKSI

Sarana transportasi banyak dibutuhkan oleh masyarakat saat ini terutama transportasi bus yang merupakan transportasi alternatif yang dapat mengantarkan penumpang dalam melakukan perjalanan antar kota. DIY dan Jateng merupakan simpang segitiga emas yang mempunyai banyak sekali tempat-tempat wisata dan banyak dikunjungi para wisatawan baik luar maupun dalam negeri. Selain para wisatawan, banyak juga orang-orang aktif atau keluarga yang membutuhkan sebuah transportasi yang nyaman. Joglosemar merupakan sebuah transportasi baru yang menawarkan pelayanan dan fasilitas yang akan membuat para penumpang merasa nyaman. Joglosemar beroperasi dari satu titik *shelter* ke *shelter* yang lain, karena Joglosemar merupakan transportasi yang mempunyai ijin masuk kota. *Shelter* penjemputan pada transportasi Joglosemar berada pada beberapa hotel berbintang dan beberapa *restouran*. Hal ini dapat memudahkan para penumpang untuk memulai perjalanan tanpa harus datang ke terminal. Joglosemar saat ini masih dalam proses promosi untuk meningkatkan kesadaran merek. Usaha dalam membangun kesadaran merek konsumen, Joglosemar melakukan berbagai kegiatan promosi.

Kegiatan promosi Joglosemar dalam membangun kesadaran merek tidak hanya dilakukan melalui iklan saja tetapi Joglosemar juga menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan besar atau dapat disebut *co-branding*. Selain itu, Joglosemar juga menerapkan strategi *word of mouth* dengan tetap menjaga pelayanan dan fasilitas agar tetap baik dan dapat memuaskan konsumen agar menyampaikan tentang Joglosemar kepada teman atau saudara. Joglosemar menyadari dampak dari strategi *word of mouth* yang dijalankan saat ini dapat membantu membangun kesadaran merek Joglosemar. Kegiatan promosi yang dijalankan oleh Joglosemar saat ini lebih difokuskan pada kegiatan promosi dalam membangun kesadaran merek. Dengan memperbaiki segala unsur yang ada baik dalam struktur organisasi, perencanaan promosi dan pada pelaksanaan kegiatan promosi. Selain strategi *co-branding* dan *word of mouth*, sangat penting bagi Joglosemar melakukan kegiatan promosi dengan beriklan melalui lini atas maupun lini bawah. Hal ini dilakukan dengan perencanaan yang matang dan berkelanjutan, dengan harapan akan banyak orang yang akan sering melihat, mendengar, dan mengerti tentang transportasi Joglosemar.

Kegiatan promosi yang telah dijalankan oleh Joglosemar dalam membangun kesadaran merek dirasakan cukup efektif karena banyak kegiatan-kegiatan promosi yang kreatif dan unik. Selain itu kegiatan promosi yang belum dijalankan yaitu pada iklan lini bawah, karena semakin sering seseorang melihat