

# **ANALISIS *PLANNED MESSAGES* PADA PERUSAHAAN JOGLOSEMAR *EXECUTIVE SHUTTLE BUS AND CARGO* YOGYAKARTA**

**Wahyu Tri Wibowo**

## ***Abstrak***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis *planned messages* yang diterapkan di Joglosemar *Executive Shuttle Bus and Cargo* dapat meningkatkan jumlah pelanggan Joglosemar *Executive Shuttle Bus and Cargo*. Alat analisis *planned messages* yang digunakan adalah menggunakan analisis komunikasi pemasaran yaitu situs web dan media sosial. Untuk analisis *planned messages* situs web dilihat dari jumlah pengunjung dan tayangan laman, jumlah tayangan laman situs web di bulan September 2017 sebesar 23.280 kali, bulan Oktober mengalami penurunan menjadi 22.504 kali, sedangkan di bulan November mengalami peningkatan menjadi 24.056 kali. Untuk pengunjung situs web di bulan September sebesar 10.560 orang, bulan Oktober mengalami penurunan menjadi 10.208 orang, sedangkan di bulan November mengalami peningkatan menjadi 10.912 orang. Joglosemar *Executive Shuttle Bus and Cargo* menggunakan media sosial berupa *twitter* dan *instagram*, dilihat dari *twitter* dari hari ke hari mengalami kenaikan dan setiap *tweet* banyak yang *me retweet*. Selain itu setiap postingan di *instagram* yang menyukai dan mengomentari cukup banyak sehingga penyebaran informasi ke masyarakat semakin luas. Jadi dapat disimpulkan bahwa *planned messages* yang diterapkan sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah pelanggan di Joglosemar *Executive Shuttle Bus and Cargo*.

***Kata Kunci:*** Analisis *Planned Messages*, Peningkatan Pelanggan.

