

ABSTRAKSI

Berakhirnya pandemi COVID-19 dan terhubungnya kota-kota di Pulau Jawa dengan Tol Trans Jawa membuat meningkatnya pengguna transportasi umum terutama bus. Sekarang ini banyak perusahaan otobus yang bersaing untuk melayani penumpang dengan rute, fasilitas dan jadwal keberangkatan yang beragam. Salah satu perusahaan otobus yang berkembang pesat pada saat ini adalah Perusahaan Otobus Pelita Baru Prima atau biasa disebut Pebepe. Pebepe sendiri melayani perjalanan antar kota antar propinsi dengan kelas eksekutif. Rute yang dimiliki oleh Pebepe adalah Jabodetabek - Wonosobo, Jabodetabek - Purworejo, Jabodetabek - Bobotsari. Pebepe memiliki kompetitor yang cukup kuat yaitu Rosalia Indah dan Murni Jaya dengan promosi dan branding yang kuat, bisa dibilang kedua perusahaan tersebut lebih unggul dari Pelita Baru Prima. Pebepe yang cenderung seadanya saja dalam hal promosi sehingga informasi terkait dan brand dari pebepe sangat minim dan lemah. Maka dari itu diperlukan rancangan yang bertujuan untuk mempromosikan dan menginformasikan hal terkait Pebepe, dengan memakai metode kualitatif yang menciptakan sebuah data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan didukung dengan metode analisis SWOT, AIO dan matriks. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa membuat sebuah rancangan promosi yang baik, menarik dan tepat sasaran kepada target audience melalui media cetak, media digital dan sebuah event.

Kata Kunci: pelita baru prima, perancangan promosi, perusahaan otobus