

ABSTRAK

Bauran promosi merupakan bagian dari proses komunikasi dalam penyebaran informasi produk menggunakan beberapa alat promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran promosi Kereta Api Angkutan Rombongan oleh PT KAI (Persero) Daop 7 Madiun. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan memaparkan data terkait penerapan bauran promosi Kereta Api Angkutan Rombongan di PT KAI (Persero) Daop 7 Madiun, kemudian dilakukan pembahasan dengan membandingkan terhadap teori terkait. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa bauran promosi dilaksanakan menggunakan media periklanan (*advertising*) yaitu melalui media *Instagram*, *flyer*, *billboard*, dan tv tayangan monitor jadwal stasiun, namun intensitas unggahan media Instagram belum konsisten dan konten dapat dikembangkan lagi. Promosi penjualan (*sales promotion*) dilakukan dengan pemberian potongan harga dan voucher sebagai insentif kepada pelanggan. Pada penjualan personal (*personal selling*) melalui presentasi penjualan secara personal kepada calon pelanggan dengan interaksi langsung dan interaksi tak langsung melalui telepon atau pesan *WhatsApp*. Hubungan masyarakat (*public relations*) dilakukan dengan kegiatan KAI *Go To School* dan kerja sama dengan Dinas Kominfo dalam hal publikasi. Pemasaran langsung (*direct marketing*) dilakukan dengan menggunakan media status *WhatsApp*, namun informasi yang disebar belum menyeluruh kepada target yang dipilih karena sitematisasi dari *WhatsApp*.

Kata Kunci: *bauran promosi, kereta api, angkutan rombongan.*