KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini tepat pada waktunya dan sesuai dengan harapan penulis. Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Garuda Indonesia dalam mengahadapi persaingan dengan maskapai berbiaya murah” ini ditulis sebagai pemenuhan sebagian persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu (S1), Universitas Pelita Harapan.

Dalam proses penulisannya, peneliti tanpa bimbingan, bantuan serta dukungan dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Aleksius jemadu, Ph.d., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Dr. Rizaldi Parani, S.sos, M.I.R, selaku pembimbing skripsi yang telah membantu serta memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu
4. Rose Emaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasihat dan motivasi selama menempuh pendidikan di Universitas Pelita Harapan.
5. Carly S Scheffer, S.Sos.,M.Comn, selaku Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan masukan saat peneliti melakukan tugas akhir skripsi
6. Agustin Diana Wardaningsih, S.E.,M.I.Kom, selaku Koordinator Tugas Akhir yang selalu menginformasikan mengenai tugas akhir dan memotivasi mahasiswa/I yang sedang menjalani tugas akhir.
7. Dwi Wahyu P Nugroho, selaku SM CMM PT Garuda Indonesia yang telah meluangkan waktu untuk peneliti dalam membantu dan memberikan informasi secara lengkap yang dibutuhkan oleh peneliti
8. Sapto Waluyo, selaku Manager Event Management PT Garuda Indonesia yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan data secara lengkap kepada peneliti
10. Umar Said, selaku General Support Garuda Indonesia Training Center
11. Euis Ayuautika, selaku staff personalia PT Garuda Indonesia yang membantu dalam mendapatkan data bagi peneliti.
13. Teman-teman penulis yaitu Nadine, Bia, Syaiful, Nugraha Panca, Fachri, Eric, Rebecca, Yoanne, Venny, Natasha, Rehandi, serta lainnya yang
tidak dapat di sebutkan karena telah membantu, memotivasi serta menyayangi peneliti sepanjang penulisan tugas akhir skripsi ini.

14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan menyemangati penulis baik secara langsung dan tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Karawaci, 2 Februari 2017

Nataya Azaria
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL............................................................................................................. i

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR............................................................... ii

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..................................................................... iii

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR ................................................... iv

ABSTRAK....................................................................................................................... v.

KATA PENGANTAR...................................................................................................... vii

DAFTAR ISI .................................................................................................................... x

DAFTAR GAMBAR ....................................................................................................... xiv

DAFTAR TABEL ............................................................................................................ xv

DAFTAR LAMPIRAN ..................................................................................................... xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .......................................................................................................... 1

1.2 Rumusan Masalah ................................................................................................... 5

1.3 Tujuan Penelitian .................................................................................................... 6

1.4 Manfaat Penelitian .................................................................................................. 6

1.4.1 Manfaat Teoritis .................................................................................................. 6

1.4.1 Manfaat Praktis .................................................................................................. 6

1.5 Sistematika Penulisan ............................................................................................ 6

BAB II OBJEK PENELITIAN

2.1 Tentang PT Garuda Indonesia ............................................................................... 9

2.2 Visi dan Misi ......................................................................................................... 11

x
2.3 Logo Perusahaan ................................................................. 12
2.4 Budaya Perusahaan ............................................................ 13
2.5 Anak Perusahaan ............................................................... 14
   2.5.1 PT. Abacus Distribution Systems Indonesia .................... 14
   2.5.2 PT Aerowisata .............................................................. 14
   2.5.3 PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia (GMFAA) ........ 15
   2.5.4 PT Aero Systems Indonesia ........................................... 16
   2.5.5 Citilink ....................................................................... 16
2.6 Garuda Experience ............................................................. 17
2.7 Gambaran Umum Aktifitas Promosi PT Garuda Indonesia ...... 19
   2.7.1 Advertising ................................................................. 19
   2.7.2 Garuda Indonesia Travel Fair ....................................... 19
   2.7.3 Sponsorship dengan Liverpool FC ................................. 20
2.8 Penghargaan maskapai Garuda Indonesia .......................... 21

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Integrated Marketing Communication .................................. 25
   3.1.1 Marketing Mix ......................................................... 27
3.2 Strategi .............................................................................. 29
3.3 Promosi .............................................................................. 30
   3.3.1 Bauran Promosi (Promotion Mix) ................................. 31
BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian .............................................................................................................. 37
4.2 Metode Penelitian .................................................................................................................... 38
4.3 Unit Analisa .................................................................................................................................. 39
4.4 Sample Penelitian .................................................................................................................... 39
4.4.1 Key Informant dan Informant ................................................................................................ 41
4.5 Teknik Pengumpulan Data ....................................................................................................... 41
4.6 Pengolahan dan Analisis Data .................................................................................................. 44
4.7 Keabsahan Data ....................................................................................................................... 47

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil ........................................................................................................................................... 51
5.1.1 Garuda Indonesia di Awal Kemunculan Low Cost Carrier ........................................... 51
5.2 Pembahasan ............................................................................................................................ 56
5.2.1 Strategi promosi yang dilakukan oleh Garuda Indonesia pasca kehadiran maskapai penerbangan berbiaya murah ................................................................. 56

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan ............................................................................................................................... 66
6.2 Saran .......................................................................................................................................... 67
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Garuda Indonesia.................................................................12
Gambar 2.2 Iklan Garuda Indonesia.................................................................19
Gambar 2.3 Garuda Indonesia Travel Fair....................................................20
Gambar 2.4 Sponsorship Liverpool FC..........................................................21
Gambar 2.5 Best 5-Star Airline Awarding Night..........................................22
Gambar 2.6 Penghargaan Best Cabin Crew...................................................23
Gambar 3.1 4P...............................................................................................29
Gambar 3.2 Promotional Mix........................................................................36
Gambar 5.1 Wonderful Indonesia Travel Pass..............................................62
Gambar 5.2 Garuda Indonesia Mobile App.....................................................63
Gambar 5.3 Tampilan Twitter Garuda Indonesia.............................................64
Gambar 5.4 Tampilan Facebook Garuda Indonesia........................................64
Gambar 5.5 Tampilan Instagram.....................................................................65
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Fly-HI........................................................................................................ 13
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN A

Surat pengantar meneliti di PT Garuda Indonesia..........................A-1
Surat pengantar meneliti di PT Aerowisata..................................A-2
Surat Izin meneliti di PT Garuda Indonesia....................................A-3
Surat Izin meneliti di PT...............................................................A-4

DAFTAR LAMPIRAN B

Transcript Wawancara dengan SM Media and Event Management........B-1
Transcript Wawancara dengan Manager Marketing Event....................B-2
Transcript Wawancara dengan SM Customer Experience Management....B-3