

STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS LAYANAN FIRST CLASS PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK

Abstrak

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah maskapai penerbangan nasional Indonesia. Maskapai ini merupakan maskapai pertama dan merupakan maskapai penerbangan *full services* yang menawarkan fasilitas terbaik di Indonesia. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. telah mendapatkan berbagai penghargaan baik nasional maupun internasional berdasarkan *performance*-nya yang berkualitas dan terbaik di kelasnya. Pada tahun 2008, maskapai ini telah menerima sertifikasi IATA *Operational Safety Audit* (IOSA) dari IATA, yang berarti bahwa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk telah seluruhnya memenuhi standar keselamatan penerbangan internasional. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk masuk dalam maskapai bintang empat *SkyTrax*, yang berarti memiliki kinerja dan pelayanan yang bagus. Pada tahun 2012, PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk mendapat penghargaan *Best International Airline* di antara maskapai-maskapai kelas dunia lainnya

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan strategi *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan oleh *Public Relations* pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam hal ini berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai segala aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* dalam menerapkan strategi *Integrated Marketing Communication* layanan *First Class* PT Garuda Indonesia(Persero) Tbk kepada customer.

Dari penelitian yang sudah dilakukan dalam strategi *Integrated Marketing Communication* layanan *First Class* PT Garuda Indonesia(Persero) Tbk terdapat adanya aktifitas komunikasi yang runtut mulai dari awal pembuatan strategi hingga evaluasi. Hal ini sudah jelas terlihat bahwa layanan *First Class* maskapai PT Garuda Indonesia ingin memberikan kenyamanan, keamanan dan fasilitas *Premium* .

Key words: strategi *Integrated Marketing Communication*, *Public Relations*

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THE FIRST CLASS SERVICE PT GARUDA INDONESIA

Abstract

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. is a national flying company this company is the first and also offering full service the best facility in Indonesia. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk had get various award whether national nor international based on the performance in it's quality and the best in it's class. In 2008 this company had accept certification from IATA operational safety audit (IOSA) dari IATA, which mean that PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk had completely fulfill the international flying safety regulation. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk enter in four star flying company Skytrax. Which means had the performance and good service. In 2012, PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk get Best International Airline award between another class airlines.

The type of research that been used is a qualitative descriptive which is a research that describe or analyze the integrated mrketing communications strategy that been doing by public relations on PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk in this thing is fact that exist on the field.

These research also give a picture about every activity that been doing by Public relations in applying Integrated Marketing Communications strategy, the First Class service PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk to the customers.

From research that had been done in Integrated Marketing Communications Strategy, the First Class service PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk there is communication activity in harmony start in the beginning making strategy until evaluation. This thing clearly seen that the First Class service PT Garuda Indonesia Airline want to give the comfort, safety and premium facility.

Key words: strategi Integrated Marketing Communication, Public Relations