

**PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU
“GARUDA INDONESIA EXPERIENCE”
PT. GARUDA INDONESIA TAHUN 2009-2011**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Oleh :

IRENE WISNU WARDHANI

No. Mhs : 0509 02696

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU
“GARUDA INDONESIA EXPERIENCE”
PT. GARUDA INDONESIA TAHUN 2009-2011



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom)**

Oleh :

IRENE WISNU WARDHANI

No. Mhs : 0509 02696

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU

“GARUDA INDONESIA EXPERIENCE”

PT. GARUDA INDONESIA TAHUN 2009-2011

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

IRENE WISNU WARDHANI

No. Mhs : 0509 02696

Disetujui oleh :

Dr..MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU
"GARUDA INDONESIA EXPERIENCE" PT. GARUDA
INDONESIA TAHUN 2009-2011

Penyusun : Irene Wisnu Wardhani

NIM : 0509 02696

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Senin / 1 Oktober 2012

Pukul : 11.00

Tempat : Ruang Pendaran lantai 2

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama

Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos, M.Si.

Penguji I

Drs. Setio Budi HH., M.Si

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irene Wisnu Wardhani

No Mahasiswa : 0509 02696

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis :

**PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU
"GARUDA INDONESIA EXPERIENCE" PT. GARUDA
INDONESIA TAHUN 2009-2011**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya Tulis Tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material, ataupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun, demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 19 Oktober 2012

Saya yang menyatakan,



(Irene Wisnu Wardhani)

IRENE WISNU WARDHANI

No. Mhs : 0509 02696

PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU

“GARUDA INDONESIA EXPERIENCE”

PT. GARUDA INDONESIA TAHUN 2009-2011

ABSTRAK

Humas memiliki tugas dan tanggung jawab baik kepada *corporate* maupun kepada pihak internal *corporate* itu sendiri. Humas menjadi jembatan penghubung karena satu-satunya lembaga atau perseorangan yang bertugas menjadi penghubung antara organisasi dengan publik dalam rangka menjaga citra perusahaan yang dinaunginya.

Garuda Airlines merupakan salah satu maskapai penerbangan terbesar di Indonesia. Berbagai pelayanan pun terus dikembangkan demi mencapai citra dan perubahan yang lebih baik. Salah satu upaya tersebut dilakukan melalui peluncuran konsep “*Garuda Indonesia Experience*” untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Untuk itu diperlukan sosialisasi kepada masyarakat luas agar konsep ini lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas khususnya para konsumen pengguna maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif kualitatif. Penelitian ini berupaya mendeskriptifkan atau menjelaskan mengenai strategi humas dalam mensosialisasikan konsep “*Garuda Indonesia Experience*”

Strategi *Corporate Communication* Garuda Indonesia untuk mensosialisasikan konsep Garuda Indonesia Experience dilakukan melalui *press release, press conference, poster, tulisan – tulisan* di media cetak maupun elektronik. Selain itu, sosialisasi dapat dilakukan dalam event tertentu. Sosialisasi kepada pegawai khususnya awak kabin juga dilakukan melalui diklat terkait dengan sosialisasi konsep. Sosialisasi utama dilakukan pada saat peluncuran atau launching konsep layanan baru tersebut. Strategi sosialisasi *Garuda Indonesia Experience* juga dilakukan dengan serta menampilkan produk – produk *Garuda Indonesia Experience* melalui majalah, brosur, pamflet dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Humas, Sosialisasi, “*Garuda Indonesia Experience*”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada :

- Bapak Eduardus Sumargiyono dan Ibu Emiliana Wuri Sayekti, atas segala kasih sayang, pengorbanan, doa dan *support* yang tiada henti diberikan kepada penulis
- Kakakku Stefanus Indra Bayu dan Adek Fidelis Gerdhy Prima, makasih banyak atas doa dan *support*-nya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang sangat besar Penulis panjatkan kepada Bunda Maria dan Tuhan Yesus atas segala pertolongannya sehingga pada akhirnya Penulis berhasil menyelesaikan Penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi dengan judul "PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAYANAN BARU "GARUDA INDONESIA EXPERIENCE" PT. GARUDA INDONESIA TAHUN 2009-2011" ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapat gelar S.Ikom pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari sempurna dan tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan kerelaan hati penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bunda Maria dan Tuhan Yesus yang selalu mendampingi, terimakasih. Berkat kalian sungguh kuraskan
2. Kedua orangtuaku, satu-satunya alasan aku ingin sukses karena kalian, hanya ingin membuat kalian bahagia, selalu bahagia.
3. Ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si yang selalu sabar membimbingku dan banyak membantu selama penyusunan skripsi ini, terimakasih banyak ibu.
4. Kakak, adik, dua orang pria yang selalu mendampingi sejak kecil, support kalian begitu besar, terimakasih banyak. Maaf kalau aku sering merepotkan kalian.
5. Sahabatku: Ria Angela, suka duka banyak dilalui bersama, kamu sudah terlebih dahulu menggapai impian, aku pasti bisa menyusulmu meraih impianku. Terimakasih untuk *support*-nya dari jauh.
6. Mega, Nathalia, untuk semua kebersamaan kita ketika berkumpul dan berdoa bersama saling *support*, terimakasih teman.

7. Buat sahabatku Wahyu Bintoro alias Bon-bon, terimakasih banyak, kamu selalu ngingetin aku buat menyelesaikan skripsiku meski kadang rasanya malas untuk menyusunnya.
8. Teman-teman kos lama, Uki dan Mery, adik-adik kosku, terimakasih untuk semua waktu, kebersamaan kita, tempat curhat, tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ya.
9. Semua teman-teman kos di Surya Kencana, Rani dkk *thanks* untuk dukungannya.
10. Semua saudara-saudara, tetangga dan teman – teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terimakasih dukungannya.
11. Semua orang yang datang dan pergi dihidupku, terimakasih banyak pelajaran yang kudapatkan dari kalian, paling tidak sebagai proses pendewasaan untukku.
12. Pihak – pihak yang membantu selama proses riset skripsi di Garuda Indonesia Jakarta, pak Aziz, bu Euis, Bu Yanti, Mbak Indah, Mbak Christ dan seluruh staff Garuda Indonesia, terimakasih banyak untuk waktu dan bantuannya selama riset, pengalaman yang cukup berkesan mengenal kalian semua.
13. Nenek yang selalu ada di hatiku dan bersama Bunda Maria di surga, Nek, aku lulus akhirnya .Masih ingat nasehatmu sebelum nenek pergi. Aku janji nek, pasti bisa sukses dan bisa membahagiakan Bapak Ibu. Cincin darimu penyemangatku.
14. Buat teman masa kecilku, Arum, Nita, Dian, terimakasih untuk semangat yang selalu keluar dari mulut kalian kalau aku mulai mengeluh tentang skripsiku.
15. Buat temen–temen Fisip UAJY 2005, terimakasih untuk semangatnya, akhirnya aku bisa juga menyusul kalian.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam segi bahasa, materi dan pembahasannya. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 19 Oktober 2012

Irene Wisnu Wardhani



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Definisi Hubungan Masyarakat (Humas)	10
2. Aspek – Aspek Pendekatan Hubungan Masyarakat	12
5. Pengertian Sosialisasi.....	14
6. Kurun Waktu Strategi PT. Garuda Indonesia.....	18
F. Kerangka Konsep.....	19
G. Metodologi Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Objek Penelitian.....	21
3. Lokasi Penelitian.....	21
4. Jenis Data.....	21
5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
6. Teknik Analisis Data.....	23

BAB II.	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	25
A.	Gambaran Umum PT. Garuda Indonesia.....	25
1.	Sejarah PT. Garuda Indonesia.....	25
2.	Restrukturisasi PT. Garuda Indonesia.....	27
B.	Visi, Misi, Nilai dan Tujuan Perusahaan.....	29
C.	Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia.....	31
D.	<i>Corporate Communication Departement</i>	38
E.	Konsep Layanan Baru “ <i>Garuda Indonesia Experience</i> ”	42
F.	Penghargaan PT. Garuda Indonesia Terhadap Layanan Baru “ <i>Garuda Indonesia Experience</i> ”.....	46
BAB III.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A.	Realisasi Konsep ” <i>Garuda Indonesia Experience</i> ” PT. Garuda Indonesia.....	48
B.	Strategi Humas dalam Sosialisasi Konsep <i>Garuda Indonesia Experience</i>	62
C.	Analisis.....	69
BAB IV.	PENUTUP.....	76
A.	Kesimpulan.....	76
B.	Penutup.....	77
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Bagan organisasi perusahaan penerbangan PT. Garuda Indonesia.....	43
Bagan 2.2. Bagan organisasi <i>Corporate Communication</i>	52



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Surat Permohonan Penelitian Skripsi
- Lampiran II. Surat Permohonan Penempatan Riset
- Lampiran III. Surat Penempatan Mahasiswa Riset
- Lampiran IV. Surat Keterangan Riset
- Lampiran V. Contoh – Contoh Press Release Terkait dengan launching konsep layanan “*Garuda Indonesia Experience*” tahun 2009-2011
- Lampiran VI. Buklet “The Gale”
- Lampiran VII. Info Fly-Hiers
- Lampiran VIII. Annual Report Garuda Indonesia 2011 terkait dengan konsep layanan “*Garuda Indonesia Experience*”
- Lampiran IX. Pointer Kata Sambutan Menteri Budaya dan Pariwisata RI dalam acara Gala Evening GIE.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Definisi Humas.....	10
2. Aspek-aspek pendekatan Humas.....	12
3. Pengertian Sosialisasi.....	14
4. Kurun Waktu Strategi PT. Garuda Indonesia.....	18
F. Kerangka Konsep.....	19
G. Metodologi Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Objek Penelitian.....	21
3. Lokasi Penelitian.....	21
4. Jenis Data.....	21
5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
6. Teknik Analisis Data.....	23

BAB II.	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	25
A.	Gambaran Umum PT. Garuda Indonesia.....	25
1.	Sejarah PT. Garuda Indonesia.....	25
2.	Restrukturisasi PT. Garuda Indonesia.....	27
B.	Visi, Misi, Nilai dan Tujuan Perusahaan.....	29
C.	Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia.....	31
D.	<i>Corporate Communication Departement</i>	38
E.	<i>Konsep Layanan Baru “Garuda Indonesia Experience”</i>	42
F.	<i>Penghargaan PT Garuda Indonesia Terhadap Layanan Baru “Garuda Indonesia Experience”</i>	46
BAB III.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A.	Realisasi Pelayanan Baru “ <i>Garuda Indonesia Experience</i> ” PT Garuda Indonesia.....	48
B.	Strategi Humas dalam Sosialisasi Konsep <i>Garuda Indonesia Experience</i>	62
C.	Analisis.....	69
BAB IV.	PENUTUP.....	76
A.	Kesimpulan.....	76
B.	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Surat Permohonan Penelitian Skripsi
- Lampiran II. Surat Permohonan Penempatan Riset
- Lampiran III. Surat Penempatan Mahasiswa Riset
- Lampiran IV. Surat Keterangan Riset
- Lampiran V. Contoh – Contoh Press Release Terkait dengan launching konsep layanan “*Garuda Indonesia Experience*” tahun 2009-2011
- Lampiran VI. Buklet “The Galey
- Lampiran VII. Info Fly-Hiers
- Lampiran VIII. Annual Report Garuda Indonesia 2011 terkait dengan konsep layanan “*Garuda Indonesia Experience*”
- Lampiran IX. Pointer Kata Sambutan Menteri Budaya dan Pariwisata RI dalam acara Gala Evening GIE.