

# Persepsi Publik Eksternal terhadap Citra PT Garuda Indonesia (Studi Survei pada Pengguna Jasa Pesawat Terbang Garuda Indonesia di Bandara Soekarno-Hatta) = Public External Influence to Image of PT Garuda Indonesia (Survey on Service User of Air transport in Soekarno-Hatta Airport)

Aji Sarsanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285056&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Dalam industri penerbangan, citra memegang peranan penting untuk keberhasilan usaha. Semakin bagus citra suatu perusahaan penerbangan, semakin besar kesempatannya untuk mendapatkan penumpang berkualitas tinggi. Kualitas penumpang ini pada gilirannya memungkinkan perusahaan penerbangan memperoleh pendapatan yang meningkat. Karena semakin tinggi citra perusahaan, semakin besar pula kesempatan untuk mendapatkan simpati publik. Simpati publik diperoleh melalui persepsi. Untuk mencapai taraf citra seperti itu, kualitas layanan harus ditingkatkan untuk mencapai sasaran. Sekalipun demikian, peningkatan kualitas layanan tidak otomatis meningkatkan citra. Apalagi bila citra negatif sudah terlanjur tertanam dalam benak masyarakat. Tujuan utama penelitian ini adalah Melihat dan mengetahui serta menganalisis persepsi pengguna jasa penerbangan apakah yang muncul akibat menurunnya kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Pengertian citra sangat abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bias dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif atau negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Citra juga dapat diartikan sebagai "kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan" yang akan melekat pada suatu perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap citra adalah baik.

.....

In air transport industry, image hold important role for success of effort. Progressively nicely image an airline, ever greater opportunity to get high passenger with quality. This passenger quality in turn enable airline obtain earnings which mounting. Because company image excelsior, ever greater also opportunity to get public sympathy. Public sympathy obtained through perception. To reach image level like that, quality of service have to be improved to reach target. Even if that way, make-up of service quality not automatically improving image. More than anything else if negative image have planted in society brain. Especial target this research is to get the picture of public perception external to image PT. Garuda Indonesia. Perception is experience concerning object, obtained relation or event concluded information and interpret message. Understanding of abstraction itself image and imponderable mathematically, but the form can felt from ugly or good assessment result, like negative or positive good comments and acceptance which specially come from public (public target) and wide society at generally. Image also can be interpreted as "impression which arising from understanding will a fact" to stick at one particular company. Result from this research indicate that perception to image is good.