

## Proposal perencanaan komunikasi pemasaran terpadu Garuda Indonesia periode Januari 2013 - Desember 2013 = Integrated marketing communication proposal for Garuda Indonesia period January 2013 - December 2013

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20351786&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

[Tugas karya akhir ini membahas tentang bagaimana Garuda Indonesia

menyelesaikan permasalahan utama yakni kegagalan dalam menyampaikan

inovasi serta perbaikan yang telah dilakukan serta buruknya reputasi Garuda

Indonesia di masyarakat melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu yang

dikemas dengan ide utama “Miles of Smiles”. Dengan tujuan pemasaran

peningkatan pangsa pasar sebesar 20% di tahun 2014 maka strategi komunikasi

pemasaran Garuda Indonesia memilih tujuan komunikasi yaitu perubahan

persepsi 80% target khalayak terkait dengan kepercayaan dalam memilih Garuda

Indonesia sebagai maskapai penerbangan pilihan pada tahun 2014 dengan biaya

kampanye sebesar Rp37.732.628.420 yang akan digunakan selama satu tahun.

Demi kelancaran pelaksanaan kampanye ini, akan dilakukan pengawasan serta

evaluasi guna melihat dampak dan keefektivan kampanye ini., The aim of this study is to work on the Integrated Marketing Communication

Strategy for Garuda Indonesia based on the deep understanding of problems

which are defined as a failure to communicate the innovations and improvements

and also a low reputation through the big idea “Miles of Smiles”. Based on the

marketing objective, which is to increase 20% of market share in 2014, therefore

the communication objective that is chosen is to fix the perception of 80% of target audience in terms of trust to choose Garuda Indonesia as their choice for airlines through the total Rp37.723.628.420 that will be used for a year campaign.

While the campaign runs through the year, evaluation and monitoring is done throughout the campaign in order to control the effectiveness of the campaign.]