

Strategi Pemilihan Media Advertising PT Garuda Indonesia dalam Memperkenalkan 4 Jenis Pesawat Baru

Danny Dewanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184598&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam menjalankan usahanya, PT Garuda Indonesia sebagai flag carrier industri penerbangan di Indonesia dituntut untuk terus menerus mengadakan inovasi dan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di industri penerbangan internasional maupun domestik yang semakin ketat. Salah satu upaya Garuda Indonesia dalam menghadapi persaingan tersebut ialah dengan menyusun fleet plan yang merupakan perencanaan armada yang sekiranya sesuai dengan rute yang dilayani serta kemampuan finansial Garuda Indonesia sendiri. Untuk itu Garuda Indonesia membeli 4 jenis pesawat baru yang akan dioperasikan untuk rute internasional maupun rute domestik yang gemuk. Tindak lanjut dari pembelian pesawat tersebut ialah melakukan program komunikasi pemasaran yang salah satunya ialah dalam bentuk iklan (advertising) yang meliputi pembuatan copy iklan dan alokasi media dan vehicle untuk mengkomunikasikan iklan tersebut. Dalam melaksanakan aktivitas advertising, Garuda Indonesia bekerjasama dengan Fortune Indonesia yang membantu dalam pembuatan copy iklan dan pemilihan media dan vehicle yang karakteristik pembacanya dianggap sesuai dengan segmen pasar yang hendak di penetrasi oleh Garuda Indonesia. Metode penelitian yang dilakukan ialah metode deskriptif analitis dari data-data yang diperoleh mengenai alokasi media yang digunakan oleh Garuda Indonesia yang diperoleh dari Fortune advertising serta Garuda Indonesia sendiri. Penelitian meliputi evaluasi atas aktivitas alokasi media untuk memperkenalkan 4 jenis pesawat baru yang dimiliki oleh Garuda Indonesia. Dari pemilihan media dan vehicle yang telah dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan dapat dilihat adanya beberapa keletihan-kelemahan dalam pemilihan vehicle. Oleh karena itu disarankan agar Garuda Indonesia sebagai klien dari Fortune Indonesia seharusnya dapat bertindak lebih selektif dalam menyaring usulan- usulan yang diajukan oleh Fortune Indonesia sebagai advertising agency. Hal ini diperlukan agar promosi yang dilakukan oleh Garuda Indonesia dapat menjangkau target marketnya secara efektif dan efisien.