



**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT.INDONESIA AIRASIA DALAM
MEMPERKUAT CITRA LAYANAN**

SKRIPSI

**Skripsi Ini Disusun Guna Untuk Memenuhi Persyaratan Mengikuti Skripsi
dan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Intan Wulandari

44208010052

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT.INDONESIA AIRASIA DALAM
MEMPERKUAT CITRA LAYANAN

Nama : Intan Wulandari
NIM : 44208010052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 29 September 2012

Mengetahui,
Pembimbing

(Suryaning Hayati S.E, M.M)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Intan Wulandari
NIM : 44208010052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT.INDONESIA AIRASIA DALAM
MEMPERKUAT CITRA LAYANAN

Jakarta, 10 Oktober 2012

1. Ketua Sidang
Dr. Akhmad Mulyana., M.Si
2. Penguji Ahli
Ida Anggraeni Ananda, S.Sos, M.Si
3. Dosen pembimbing
Suryaning Hayati S.E, M.M

(.....)
(.....)
(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Intan Wulandari
NIM : 44208010052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS PT.INDONESIA AIRASIA DALAM
MEMPERKUAT CITRA LAYANAN

Jakarta, Oktober 2012

Disetujui dan Diterima oleh

Dosen pembimbing

(Suryaning Hayati S.E, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ketua Bidang Studi Public Relations)

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Juwono Tri Atmojo, S.Sos, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan nikmat, berkat, kasih, pertolongan serta penyertaan-Nya kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Implementasi Strategi *Marketing Public Relations* PT. Indonesia AirAsia Dalam Memperkuat Citra Layanan”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana guna meraih gelar Strata Satu (S1).

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak baik secara baik secara moril maupun material serta doa yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Suryaning Hayati S.E, M.M selaku dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dan penuh pengertian serta memberikan pengarahan, koreksi, dan begitu banyak memberikan masukan dan pendapatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Juwono Tri Atmojo, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Para pegawai TU Fikom yang telah membantu dalam pembuatan surat-surat yang berkaitan dengan perkuliahan.
5. Ibu Audrey Petrini selaku Communications Manager PT. Indonesia AirAsia yang telah memberikan izin untuk riset penelitian skripsi dan bisa meluangkan waktunya dengan jam kerja yang padat untuk bisa penulis wawancara.
6. Bapak Baskoro Adiwiyono selaku Marketing Communications Executive PT. Indonesia AirAsia yang telah sigap dan cepat memberikan respon untuk bisa wawancara dengan penulis serta memberikan data-data pelengkap yang penulis butuhkan.
7. Mba Ika Yanuarini selaku Corporate Communications Executive PT. Indonesia AirAsia yang telah membantu penulis untuk memproses izin riset penelitian skripsi di AirAsia dan memberikan masukan-masukan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan.
8. Orang tua tercinta, bapak (Sutrisno) dan mama (Dewi Windarti) yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang serta doa yang tak henti-hentinya dan selalu mendukung baik secara moril maupun materil kepada penulis, terutama dukungan yang luar biasa agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak tercinta (Widya Sari) yang selalu memberikan dukungan dan doa serta kakak ipar (Aditya) yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas.

10. Buat keponakan tante yang pintar, bawel dan selalu ngangenin, Ibrahim Khalil Anandya selalu buat kebahagiaan di dalam keluarga.
11. Sahabatku “LEBAY” (Eva Rostiana Dewi, Lina Marlina, Yuliana, Desy Eriasni, Atika Nur mayasari, Fitri Ayu Werdhani, Rahma Wati, Fitriana Zulfia Octaviany, Vewina) yang bikin semangat dengan tawa canda kalian buat penulis. Sukses buat kalian semua!!
12. Semua saudara dan teman-teman buat dukungan dan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi. Akhirnya saya bisa buktikan pada kalian!!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i Universitas Mercu Buana dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Komunikasi	13
2.2 Public Relations	14
2.3 Marketing Public Relations	16
2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations	16
2.3.2 Objektif Public Relations & Marketing	20

2.3.3 Peranan Marketing Public Relations	23
2.3.4 Kegiatan Marketing Public Relations	25
2.3.5 Strategi Marketing Public Relations	27
2.4 Citra	29
2.4.1 Pengertian Citra	29
2.4.2 Jenis-jenis Citra	30
2.5 Layanan	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Key Informan atau Narasumber	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder	39
3.5 Definisi Konsep	40
3.6 Fokus Penelitian	41
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Teknik Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	46
4.1.2 Visi dan Misi PT. Indonesia AirAsia	48
4.1.2.1 Visi PT. Indonesia AirAsia	49
4.1.2.2 Misi PT. Indonesia Air Asia	49
4.1.2.3 Strategi Kunci PT. Indonesia AirAsia	49

4.1.3 Simbol atau Identitas PT. Indonesia AirAsia	50
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Indonesia AirAsia	51
4.1.5 Peran & Ruang Lingkup Corcomm	52
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Strategi MPR PT. Indonesia AirAsia	54
4.2.2 Kendala strategi MPR PT. Indonesia AirAsia	82
4.3 Pembahasan	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Akademis	93
5.2.2 Saran Praktis	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan <i>Marketing</i> , <i>Public Relations</i> , dan MPR	20
2.2 Rincian Kegiatan Special Event PT. Indonesia AirAsia	66
2.3 Konferensi Pers PT. Indonesia AirAsia	72
2.4 Push, Pull, dan Pass Strategy	80

DAFTAR GAMBAR

4.1 Logo PT. Indonesia AirAsia	50
4.2 Struktur Organisasi PT. Indonesia AirAsia	51
4.3 Demonstrasi Layanan (<i>Self Check-In</i>)	70
4.4 Demonstrasi Layanan (<i>Travel Fair</i>)	71
4.5 Pameran (<i>Indonesia Travel and Holiday Fair</i>)	74
4.6 Media Cetak (Promo Layanan AirAsia)	76
4.5 Publisitas di Media Cetak	77
4.6 Sponsorship (Klub sepak bola QPR)	79