



COUNTRY BRANDING “WONDERFUL INDONESIA”
OLEH PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK
DALAM MEMBANGUN *BRAND* DESTINASI
PARIWISATA

SKRIPSI

Skripsi Ini Di Susun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :
Angelia Pramudyaningrum
44213010154

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Angelia Pramudyaningrum
NIM : 44213010154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi *Country Branding Wonderful Indonesia* oleh PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam Membangun *Brand Destinasi Pariwisata*

MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2017

Menyetujui

Suryaning Hayati, SE, MM.

Pembimbing



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Angelia Pramudyaningrum
NIM : 44213010154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi *Country Branding Wonderful Indonesia* oleh PT Garuda
Indonesia (Persero) Tbk dalam Membangun *Brand Destinasi* Pariwisata

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2017

Ketua Sidang
Dr. Elly Yuliawati, M.Si

()
()

Penguji Ahli
Drs. Marwan Mahmudi M.Si

Pembimbing
Suryaning Hayati SE, MM.

()



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI


Nama : Angelia Pramudyaningrum
NIM : 44213010154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi *Country Branding Wonderful Indonesia* oleh PT
Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam Membangun *Brand*
Destinasi Pariwisata

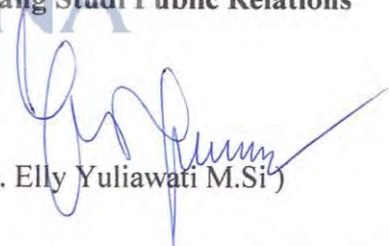
Jakarta, Maret 2017

UNIVERSITAS Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Suryaning Hayati SE, MM.)


(Dr. Elly Yuliawati M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)


(Ponco Busi Sulistyono S.Sos. M.Comm)

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI	Q
---	---	----------

No. Dokumen	040.	Distribusi	All
Tgl. Efektif	7 MARET 2005		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angelia Pramudyaningrum
 NIM : 44213010154
 Bidang Studi : Public Relations
 Alamat Rumah : Jl. Kejaksaan RT/Rw 02, No.4, Kreo, Larangan,
Tangerang 15156
 No. Telp : 08989073006

Berjanji akan menyelesaikan perbaikan skripsi dan menyerahkan artikel e-jurnal dalam bentuk soft copy Dengan Jenis File PDF Dan WORD, selambat-lambatnya 2 minggu yaitu tanggal 20 Maret 2017 Jika sampai dengan tanggal tersebut saya belum menyerahkan perbaikan skripsi yang telah disyahkan oleh Pembimbing I, Pembimbing II, Penguji Ahli, dan ketua Sidang, maka saya bersedia dikenakan saksi * :

- Pembatalan kelulusan sidang dan bersedia untuk melakukan sidang ulang
- Drop out karena telah habis masa studi

Demikian surat perjanjian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Maret 2017.

Mengetahui,
 Ketua Bidang Studi


 (_____)
 Nama dan tandatangan

Yang menvatakan


 (Angelia Pramudyaningrum.)
 Nam ENAM RIBU RUPIAH

Catatan :

***) beri tanda (√) sesuai kondisi mahasiswa yang bersangkutan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul *Country Branding Wonderful Indonesia* Oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam Membangun *Brand* Destinasi Pariwisata.

Terwujudnya proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis dari segi moril maupun materil. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang terus memberikan kasih dan hikmatNya sehingga penulis dimampukan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan masukan kepada Penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.Si, selaku Ketua Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana dan Ketua Sidang Skripsi. Terima kasih karena telah memberikan saran dan masukan, serta menyediakan waktu dan tempatnya dalam pelaksanaan sidang skripsi ini.
4. Bapak Drs. Marwan Mahmudi M.Si, selaku penguji ahli yang telah memberikan waktu dan kesempatan serta saran dan masukan dalam pelaksanaan sidang skripsi Penulis.

5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Drs. A Rachman, H.i, MM, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang setia membimbing Penulis dan menjadi tempat konsultasi terbaik Penulis selama 3,5 tahun masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas ilmu yang sangat berharga, terima kasih atas segala dukungan dan memotivasi saya menuju sarjana.
9. Seluruh Staff TU (Tata Usaha) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu membantu Penulis dalam pengurusan dokumen-dokumen dan surat-surat akademik.
10. Mama tercinta, Maria Magdalena Sri Darti yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungannya sehingga Penulis bersemangat dan termotivasi untuk segera menyelesaikan pendidikan dengan hasil terbaik.
11. Bernadetta Ari Pristiyanti dan Carolina Dwi Prasetyanti, kakak tercinta yang selalu membantu Penulis ketika Penulis mengalami hambatan ide dalam penulisan skripsi ini.
12. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melakukan penelitian dan wawancara selama

penyusunan skripsi ini berlangsung. Besar harapan Penulis bisa menjadi bagian dari perusahaan ini kelak.

13. Kepada Keluarga Besar Paduan Suara Universitas Mercu Buana yang terus memberikan dukungan doa, semangat dan toleransi kepada Penulis selama penyusunan skripsi ini.
14. Kepada Glen Bio Nugraha Baretha yang telah setia bertukar pikiran dan memberikan motivasi untuk Penulis selama penyusunan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman tercinta, Ajriniah Nurul Karim, Rizky Camelia Putri, Dessy Aclarissa, Jemmy Fernando, Ruben Aditya, Akbar Maulana, Gabriella Victoria, Elisa, Fitria Fajari, dan teman-teman seperjuangan di jurusan Public Relations yang terus memberikan motivasi agar kami dapat lulus dan diwisuda bersama.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang membaca proposal skripsi ini guna perbaikan ke arah kesempurnaan.

Jakarta, Maret 2017

Penulis,

Angelia Pramudyaningrum

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1. Manfaat Akademis	16
1.5.2. Manfaat Praktis	16
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Komunikasi Pariwisata	17
2.2 Public Relations	20
2.4.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	20
2.4.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	23

2.4.3 Tujuan Kegiatan <i>Public Relations</i>	25
2.3 Corporate Branding	27
2.3.1 Corporate.....	27
2.3.2 Brand	28
2.1.2.1 Elemen – Elemen <i>Brand</i>	30
2.1.2.2 Tujuan Pemberian <i>Brand</i>	32
2.1.2.3 Manfaat <i>Brand</i>	32
2.1.3 <i>Branding</i>	34
2.1.3.1 Macam – Macam <i>Branding</i>	35
2.4 <i>Brand</i> Destinasi	37
2.4.1 Pengertian <i>Brand</i> Destinasi.....	37
2.4.2. Tahapan <i>Brand</i> Destinasi.....	38
2.5 <i>Nation/Country Branding</i>	40
2.5.1 Pengertian <i>Nation/Country Branding</i>	40
2.5.2. Fungsi <i>Nation/Country Branding</i>	44

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian	47
3.2 Tipe Penelitian	48
3.3 Metode Penelitian	50
3.4 Subjek Penelitian	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Data Primer	53

3.5.2 Data Sekunder	55
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk	61
4.1.2 <i>Vision Statement</i> dan <i>Company Vision</i> PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk	62
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia, Tbk	63
4.1.4 Pembagian Tugas dan Wewenang	64
4.1.5 PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk sebagai Maskapai Penerbangan Nasional	68
4.2 Hasil Penelitian	70
4.2.1 Menetapkan <i>Market Investigation, Analysis and Strategic Recommendations.</i>	72
4.2.2 Pembentukan <i>Brand Identity Development</i>	75
4.2.3 Menyampaikan <i>Brand Launch and Introduction</i> <i>(Communication the vision)</i>	82
4.2.4 Melakukan <i>Brand Implementations</i>	85
4.2.5 <i>Monitoring, Evaluation, and Review</i> strategi	94
4.2.6 Kaitan Strategi <i>Brand Destinasi Pariwisata</i> yang dilakukan	

oleh PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dengan <i>Country</i> <i>Branding Wonderful Indonesia</i> Kementerian Pariwisata.	101
4.3 Pembahasan	102
BAB V	
KESIMPULAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran - saran	112
5.2.1 Saran Akademis	112
5.2.2 Saran Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

