



**Bidang Studi *Public Relations***

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

**RANDY ARTHUR IVAN GIAN**

**44209010007**

**EFEKTIVITAS *GARUDA MAGAZINE* PT. *GARUDA INDONESSIA*  
(*PERSERO*), Tbk. sebagai SUMBER INFORMASI PELANGGAN *GARUDA*  
*FREQUENT FLYER* MANADO**

(viii + 77 halaman; 24 referensi; 21 tabel)

### **ABSTRAK**

Perusahaan harus dapat membangun citra yang baik, hal itulah yang harus ada pada setiap perusahaan atau organisasi apabila ingin maju. Begitu juga dengan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. membangun citra melalui Garuda Magazine yang berisikan informasi seputar perusahaan hingga tujuan wisata yang dijelajahi oleh Garuda Indonesia.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah efektivitas. Efektivitas adalah salah satu unsur penting dalam keseluruhan komunikasi. Efektivitas komunikasi adalah kemampuan untuk menentukan sasaran komunikasi yang tepat dan melakukan pekerjaan yang baik dan benar. Efektivitas muncul dari proses penyelenggaraan audit komunikasi dengan tujuan ingin mengetahui bagaimana sistem komunikasi yang sudah ditetapkan bagi organisasinya dilaksanakan untuk menghadapi situasi tertentu, atau dengan kata lain untuk meningkatkan efektivitas sistem komunikasi organisasi.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Populasi yang digunakan adalah pelanggan Garuda Frequent Flyer di Manado yang kemudian menggunakan sampel dengan teknik *simple random sampling*.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean (rata-rata) dari Image Positif = 3,7376. Dengan demikian karena skala alat ukur memiliki mean 3 (skala 1-5) maka nilai rata-rata variabel cenderung memiliki nilai yang tinggi (positif) karena telah memiliki nilai rata-rata yang melebihi nilai mean alat ukurnya. Sehingga dengan hasil yang di dapat adalah positif bahwa Garuda Magazine adalah media eksternal yang tepat sebagai sumber informasi untuk pelanggan Garuda Frequent Flyer. Baik informasi dalam hal jadwal penerbangan, destinasi wisata, aneka kegiatan promosi yang sedang diadakan oleh perusahaan hingga penyampaian saran maupun kritik yang dapat pelanggan sampaikan dengan Garuda Magazine.