

PERANCANGAN PROMOSI GARUDA INDONESIA CARGO DENPASAR BALI
DESIGNING PROMOTION OF GARUDA INDONESIA CARGO DENPASAR
BALI

Ramadita Alamanda, Iman Sumargono, S.Sn., M.Sn, Jiwa Utama, S.Ds., M.Ds.
Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

ABSTRAK

Fenomena jasa pengiriman barang dewasa ini di Indonesia sedang mengalami suatu perkembangan pesat. *Garuda Indonesia Cargo* anak perusahaan yang dikelola secara independen oleh PT. Garuda Indonesia merupakan maskapai nasional Indonesia (BUMN) yang bergerak di sektor transportasi udara sejak tahun 1949. Menurunnya data *revenue BO DPS Garuda Indonesia Cargo* pada bulan Januari-September 2018 serta munculnya pesaing-pesaing baru membuat pihak *Garuda Indonesia Cargo* perlu melakukan inovasi dalam bidang promosi agar dapat menyebarkan *awareness* secara tepat kepada khalayak sasaran.

Pengumpulan data dengan cara wawancara secara langsung, observasi, analisis pesaing dan analisis SWOT dilakukan untuk menentukan strategi promosi. Pesaing *Garuda Indonesia Cargo* berpromosi dengan keunggulan harganya yang murah, maka pendekatan untuk promosi *Garuda Indonesia Cargo* menggunakan pendekatan rasional dengan sentuhan emosional yang mengedepankan kualitas jasanya dari segi keamanan, kepercayaan, serta ketepatan waktu. Model pendekatan ini bersifat fleksibel sehingga dapat diterapkan untuk pemasaran *Garuda Indonesia Cargo* di seluruh Indonesia, tidak hanya di Pulau Bali saja.

Kata Kunci: Promosi Produk, Pemasaran, Periklanan, *Garuda Indonesia Cargo*