

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ADAM AIR SEBAGAI
PENDATANG BARU BISNIS AIRLINES**

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Adam Air Yogyakarta Dalam Membangun *Brand Awareness* Untuk Mendorong '*Passion To Buy*' Khalayak)

***Marketing Strategy of Communications of Adam Air as New Comer
in Airlines Bussiness***

(*Case Study on Marketing Strategy of Communications of Adam Air Yogyakarta in Developing Brand Awareness to Push Public Passion to Purchase*)

SKRIPSI



Muhammad Helmi Bachtiar

2001 053 0152

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2006

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ADAM AIR SEBAGAI PENDATANG BARU BISNIS AIRLINES

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Adam Air Yogyakarta Dalam Membangun *Brand Awareness* Untuk Mendorong '*Passion To Buy*' Khalayak)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Pada

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas muhammadiyah Yogyakarta

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



Yeni Rosilawati, SIP., SE., MM

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2006

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 14 Desember 2006

Tempat : Ruang Negosiasi

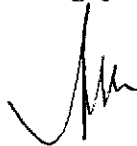
Susunan Tim Penguji

Ketua



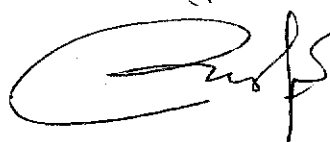
Yeni Rosilawati, SIP. SE. MM

Penguji I



Aswad Ishak, SIP

Penguji II



Muria Endah Sukowati, SIP

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

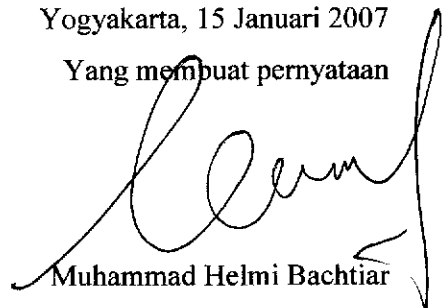
Nama : Muhammad Helmi Bachtiar
No. Mahasiswa : 2001 053 0152
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIPOL
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Adam Air Sebagai
Pendatang Baru Bisnis *Airlines*

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah itu dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia bertanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apabila dikemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 15 Januari 2007

Yang membuat pernyataan



Muhammad Helmi Bachtiar

Prowacana

Alhamdulillah....., akhirnya skripsi ini dapat selesai juga. Segala puji dan rasa syukur yang tiada habisnya selalu peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT., karena berkat petunjuk dan ridho-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Walaupun pada saat itu tepatnya pada tanggal 27 Mei 2006 gempa bumi dengan kekuatan 5,9 SR sempat mengguncang Jogja dan Jateng namun sang khalik masih melindungi peneliti sehingga selamat dari kejadian tersebut. Cobaan tidak hanya menghampiri peneliti di dalam usaha menyelesaikan sebuah proses menuju kepada ke kehidupan nyata yaitu momen Piala Dunia 2006 di Jerman. Hampir selama satu bulan penuh *event* tersebut telah menyihir seluruh penduduk di planet ini untuk memusatkan perhatiannya sejenak pada *event* akbar 4 tahunan tersebut. Akhirnya 2 bulan kemudian skripsi telah terselesaikan dan siap untuk diuji oleh tim penguji dengan harapan bisa mengikuti proses wisuda pada bulan Desember 2006 bareng-bareng kawan-kawan seperjuangan. Ternyata, cobaan yang dihadapi peneliti tidak cukup sampai pada disitu saja. Ujian pendadaran yang diselenggarakan pada tanggal 4 November ternyata menjadi sebuah kunci pembuka mata batin


DAFTAR ISI

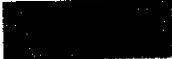
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
GREAT THANKS FOR	viii
PRAWACANA	xxxi
DAFTAR ISI	xxxviii
ABSTRAKSI	xliii



Pendahuluan 1

- A. Latar Belakang Masalah 1
- B. Rumusan Masalah 6
- C. Tujuan Penelitian 7
- D. Manfaat Penelitian 7

E. Kerangka Teori	7
a. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Baru	7
b. <i>Brand Awareness</i> Sebagai Proses Pengadopsian Produk	31
c. <i>Segmentation</i> Sebagai Upaya Untuk Menjalankan Strategi Komunikasi Pemasaran	33
d. <i>Targeting</i> Untuk Mengoptimalkan Strategi Komunikasi Pemasaran	35
F. Metode Penelitian	37
a. Jenis Penelitian	37
b. Lokasi Penelitian	38
c. Teknik Pengumpulan Data	39
d. Teknik Analisis Data	40
 <i>Company Profile</i>	44
A. Perkembangan Perusahaan	44
a. Sejarah Perusahaan (<i>Company Profile</i>)	46
b. Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	49
c. Tujuan Perusahaan	55

	Kesimpulan dan Saran	135
	A. Kesimpulan	135
	B. Saran	138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

GAFTAR BAGAN

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR DIAGRAM

DAFTAR TABEL

INTERVIEW GUIDE

ABSTRACTION

Deregulasi in air transport sector result so much appearance companys of airlines in Indonesia. Particularly again, Yogyakarta which can be told as ' Small Indonesia' representing town of intention of Indonesia society alone even international society. As town of intention is assorted of importance from starting berwisata, education and also business cause Yogyakarta peeped at by companys of domestic airlines and also from country defect overseas alias. Last step into Yogyakarta is overseas property firm, that is Malaysia Airlines in the year 2005 where previously Adam Air have entered beforehand. In this time, in Yogyakarta there are 10 local airlines (Garuda Indonesia of Airways, Lions Air, Trigana Air, Bouraq Airways, Batavia Air, Merpati Airlines, Deraya, Mandala of Airlines, Wings Air, and Adam Air) and also 1 overseas firm that is Malaysia Airlines.

So much companys him of a kind force Adam Air have to can ' steal' attention or can master its cutomer marrow because it is true before Adam Air enter Yogyakarta that is in the year 2003, this business market segment have intricate so and emulation become very tight. Added again mentioned deregulasi cause every person who at first unable to go with plane now whoever can enjoy journey use plane because of it is true plane ticket price now have been reached.

Within more or less 2 year, Adam Air Yogyakarta can compete and even exceed Lion Air as leader market for the compartment of middle up market. This matter proved by fact that in the early operating Adam Air only serving air transport with route of Yogyakarta-Jakarta PP 2 times one day. But now Adam Air have served air transport counted 5 times one day with same route. Logically, meaning since early operating Adam Yogyakarta from month to month always experience of the make-up of the amount of passenger (occupancy passenger) what always reside in] gyration 90 % each;every its air transport.

What reached by Adam Air that pursuant to this research because of by several things, that is a. Adam Air communicate it self through media of below the line (neon box in large size) in each;every agent of travel b. Adam Air can communicate it self effectively moment to the number of commercial plane falling it is of course by reliing on operated armada, like Boeing 737-300, 400, and 500 c. Ticket price which is relative reached in its own market segment where this sector is supported with add value capable to give excellence to consumer (interaktif games, freshment in ticket reservation), and d. Feel vexedly of passenger by what on the market by Adam Air to pass positioning..

This research try to give landscape how selected marketing communications strategy of Adam Air Yogyakarta as new comer in business of airline.