

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Dimas Wahyu Novianto (20130530275)

Strategi Promosi Kalstar Aviation dalam Meningkatkan Jumlah Penumpang Tahun 2016

Tahun Skripsi: 2017 + 191 halaman+ 22 halaman lampiran + 5 Tabel + 24 Gambar + 5 Bagan

Daftar Pustaka: 23 buku + 2 skripsi + 1 jurnal + 2 website

Penelitian ini menganalisis strategi promosi Kalstar Aviation dalam meningkatkan jumlah penumpang tahun 2016. Penelitian ini memiliki tiga tujuan, pertama untuk mendeskripsikan bagaimana strategi promosi Kalstar Aviation dalam meningkatkan jumlah penumpang tahun 2016. Tujuan kedua adalah untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat. Tujuan ketiga adalah untuk mengetahui tanggapan masyarakat atas strategi promosi yang dilakukan Kalstar pada tahun 2016.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan menggambarkan dan menginterpretasi segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada subjek penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Kalstar Aviation yang beralamat di Villa Melati Mas Blok SR 1 No. 14 BSD Tangerang.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi promosi Kalstar Aviation dalam meningkatkan jumlah penumpang tahun 2016 adalah dengan melakukan kombinasi program potongan harga dengan memesan melalui call center dan website Kalstar. Namun dalam implementasinya tidak ada pengawasan dan pengontrolan sehingga strategi yang digunakan kurang maksimal. Peneliti menyarankan Kalstar untuk lebih memperhatikan pada proses pelaksanaan setiap kegiatan promosi.

Kata Kunci: Periklanan, Promosi penjualan, Pemasaran interaktif, Pemasaran langsung, Penjualan personal, Perencanaan Promosi, Strategi Promosi Tahun 2017

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Politic Science

Department of Communication Science

Concentration of Advertising

Dimas Wahyu Novianto (20130530275)

The Promotional Strategies Of Kalstar Aviation In Increasing Number Of Passenger Batch 2016

Year of Thesis: 2017 + 191 pages + 22 pages of attachment + 5 tables + 24 pictures + 5 chart

Bibliography: 23 books + 2 thesis +1 journal + 2 websites

This research analyzes Kalstar Aviation's promotion strategy in increasing the number of passengers by 2016. The study has three objectives, first to describe how Kalstar Aviation's promotion strategy is to increase the number of passengers by 2016. The second objective is to know the supporting and inhibiting factors. The third goal is to find out the community's response to Kalstar's promotional strategy in 2016.

Research kind that used in this study is descriptive qualitative method because this study will describe and interpreting anything relevant to the problems to be studied of this study Subject. The Subject of this study is Kalstar Aviation which is located on Villa Melati Mas Blok SR 1 No. 14 BSD Tangerang.

The results show that Kalstar Aviation's promotion strategy in increasing the number of passengers in 2016 is by doing a combination of discount program by ordering through call center and Kalstar website. But in the implementation there is no supervision and control so that the strategy used is less than the maximum. Researchers recommend Kalstar to pay more attention to the implementation process of each promotional activity

Keyword: Advertising, Sales promotion, Direct selling, Interactive marketing, Personal selling, Promotional Planning, Promotional Strategy Batch 2107