

**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***