

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana keanggotaan maskapai Garuda Indonesia dan perjalanannya dalam penerbangan di Indonesia. Bagaimana persero tersebut bisa bangkit dari krisis ekonomi, dan menuju persaingan global dunia penerbangan. Hingga menjadi maskapai nomor 1 di Indonesia dan meraih ratusan penghargaan. Penulis juga membuat statistik peningkatan penumpang, setelah Garuda Indonesia bergabung bersama perusahaan aliansi global skyteam, dimana Garuda Indonesia terus berbenah diri dan memperbaiki segala aspek untuk memenuhi standard internasional.

Dalam penelitian ini, penulis memiliki tiga landasan berfikir untuk menganalisa permasalahan, diantaranya, kerjasama internasional, konsep aliansi strategis perusahaan, dan konsep branding image. Penelitian akan berfokus pada bagaimana Garuda Indonesia dapat mempertahankan trend positifnya dalam persaingan global dunia penerbangan dengan mempertahankan kenaikan statistik penumpangnya. Penjelasannya pun terbagi kedalam 4 bagian, *pertama*, penulis akan membahas bagaimana konsep aliansi pesawat, guna memberikan pengertian mengapa maskapai harus melakukan aliansi; *kedua*, mengenai sejarah skyteam dan Garuda Indonesia; *Ketiga*, mengenai perjalanan penerbangan di Indonesia; *Keempat*, mengenai perkembangan Garuda Indonesia bersama skyteam yang kemudian akan terlihat bagaimana signifikansi peningkatan penumpang maskapai ini setelah bergabung bersama *sk yteam*.

Kata Kunci: Garuda Indonesia, Aliansi Global *Skyteam*, Kerjasama Internasional, *Branding Image*.