

**PANDANGAN PENGGUNA TERHADAP KEBERKESANAN  
IDENTITI KORPORAT SYARIKAT PENERBANGAN BAJET  
RENDAH: KAJIAN KES AIR ASIA AIRLINES**

**MOHD HAFIZUL BIN IDHAM**

**99367398**

**IJAZAH SARJANA MUDA SENI LUKIS DAN SENI REKA (GRAFIK)**

**FAKULTI SENI LUKIS DAN SENI REKA**

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**KAMPUS ALOR GAJAH, MELAKA**

**TAHUN 2003**

**Pandangan Pengguna Terhadap Keberkesanan Identiti Korporat Syarikat  
Penerbangan Bajet Rendah: Kajian Kes Air Asia Airlines**

Mohd Hafizul Bin Idham

99367398

Tesis ini dikemukakan kepada Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka,  
Universiti Teknologi MARA sebagai memenuhi sebahagian daripada  
keperluan Ijazah Sarjana Muda Seni Reka ( Grafik ).

1. Diperiksa oleh..... Tarikh.....
2. Diperiksa oleh.....Tarikh.....
3. Diperiksa oleh.....Tarikh.....

Dekan  
Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka  
Universiti Teknologi MARA  
40450 Shah Alam  
Selangor Darul Ehsan

## Sinopsis

Kajian ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan pengguna syarikat penerbangan, khususnya syarikat penerbangan bajet rendah pertama di Malaysia iaitu *Air Asia Airlines* berkenaan dengan pandangan mereka terhadap identiti korporat syarikat ini. Identiti korporat Air Asia yang dikaji dalam tesis ini adalah berkenaan dengan logonya, warna korporat, pakaian seragam dan rekaan pada kapalterbang. Selain itu kajian ini juga bertujuan untuk menghuraikan maksud identiti korporat dan penggunaannya kepada penubuhan sesebuah syarikat.

Kaedah yang digunakan adalah dengan melakukan rujukan dari buku-buku ilmiah dan juga laman web. Selain itu kaedah yang digunakan adalah dengan mengedarkan soalan kaji selidik kepada 50 orang responden yang dipilih secara rawak di lapangan terbang antarabangsa Kuala Lumpur (KLIA). Kaedah temubual juga dilakukan untuk mengumpulkan maklumat. Kaedah temubual telah diadakan dengan pensyarah identiti korporat UiTM cawangan Melaka iaitu Puan Ida Hartini berkenaan dengan maksud dan kegunaan identiti korporat.

Setelah membuat rujukan dan kajian yang berkaitan dengan tajuk yang dipilih, penulis membuat keputusan bahawa tajuk yang dipilih ini difahami oleh para responden. Para responden juga memberikan kerjasama yang baik dan juga sempurna. Rujukan melalui buku-buku dan laman web pula dijalankan dengan berkesan dengan bantuan perpustakaan negeri Shah Alam dan juga perpustakaan UiTM Melaka sendiri dan penggunaan laman web dalam pencarian maklumat pula adalah salah satu cara penulis mendapatkan maklumat dengan berkesan dan pantas.

Kesimpulan yang dapat dibuat dari tajuk ini adalah bahawa kebanyakan syarikat penerbangan biasa di Malaysia masih lagi menawarkan tambang yang agak mahal dalam menawarkan sesebuah perjalanan berbanding dengan syarikat penerbangan bajet rendah, ini adalah antara sebab perkhidmatan syarikat ini amat diperlukan. Selain itu kebanyakan pengguna Air Asia adalah memahami konsep bajet rendah (*budget airlines*). Para pengguna syarikat penerbangan juga kebanyakannya mengetahui apa yang dimaksudkan dengan identiti korporat. Penulis juga merumuskan bahawa logo syarikat Air Asia ini adalah senang difahami oleh kebanyakan pengguna. Walaupun ringkas, namun kekuatan yang terdapat dalam logo tersebut berjaya menjadikan ianya sebuah logo yang berjaya dari segi pemahaman para pelihat. Warna merah yang menjadi warna korporat Air Asia juga sesuai untuk digunakan dan kurang mempunyai kesan negatif, walaupun pada pandangan responden, warna biru adalah lebih sesuai untuk sesebuah syarikat penerbangan. Responden juga memberikan maklumbalas bahawa pakaian seragam yang baik datangnya daripada penggunaan fabrik yang baik dan rekaan pada badan kapalterbang oleh *Air Asia* juga adalah berjaya dalam mencapai maksudnya.

## Isi Kandungan

<b>Tajuk</b>	<b>M / S</b>
Halaman pemeriksa	i
Penghargaan	ii
Sinopsis	iii
Isi Kandungan	v
Senarai Gambar	vii
Senarai Carta Pai	viii

## **Bab I**

### **PENDAHULUAN**

1.1	Pengenalan	1
1.2	Tujuan dan Masalah Kajian	2
1.3	Kepentingan Kajian	3
1.4	Metodologi Kajian	4
1.5	Skop Kajian	5
1.6	Kesimpulan	6

## **Bab II**

### **PENYELIDIKAN YANG BERKAITAN**

2.1	Seni Reka Grafik	7
2.2	Identiti Korporat	9
2.2.1	Faktor-Faktor Wujudnya Identiti Korporat	11
2.2.2	Elemen-Elemen Asas Dalam Identiti Korporat	13
2.2.2.1	Nama	13
2.2.2.2	Tanda Pengenalan / Logo (Trade Mark)	14
2.2.2.2.1	Apa Itu Logo?	15
2.2.2.2.2	Memilih Konsep Sesebuah Logo	18
2.2.2.2.3	Kesilapan Semasa Menghasilkan Logo	20
2.2.2.3	Keluarga Warna	23

2.2.2.4	Mukataip	23
2.3	Pelan Contoh Dalam Perkembangan Aktiviti Identiti Korporat	24
2.4	Identiti Korporat Dan Pengurusan Imej	26
2.5	Identiti Korporat Dan Hubungkaitnya Dengan Pemasaran, Pengiklanan Dan Promosi	29
2.5.1	Pengiklanan Pemasaran (Marketing Advertisement)	29
2.5.2	Kepentingan Pengiklanan Pemasaran	31
2.6	Sejarah Syarikat Penerbangan Bajet Rendah (Budget Airlines)	32
2.6.1	Penglibatan Syarikat Eropah	33
2.6.2	Masa Depan	35
2.6.3	Bagaimana Mereka Mengurangkan Kos?	35
2.7	Syarikat Penerbangan Air Asia	36
2.7.1	Fakta	36
2.7.2	Budaya Kerja Air Asia	38
2.7.3	Identiti Korporat Air Asia	39
2.7.3.1	Logo	39
2.7.3.2	Warna Korporat	40
2.7.3.3	Pakaian Seragam (Uniform)	40
2.7.3.4	Rekaan Pada Badan Kapal terbang	41

### **Bab III**

#### **DAPATAN KAJIAN**

3.0	Pendahuluan	42
3.1	Soalan-soalan yang diajukan	42
3.1.1	Bahagian 1 (am)	43
3.1.2	Bahagian 2 (Berkaitan Dengan Perkhidmatan Penerbangan Dan Syarikat Penerbangan Di Malaysia).	43
3.1.3	Bahagian 3 (Identiti Korporat)	46
3.1.4	Bahagian 4 (Identiti Korporat Air Asia)	48