

Analisis strategi pemasaran digital pada kesuksesan maskapai penerbangan bertarif rendah studi kasus : maskapai Airasia = Analysis of digital marketing strategies on the success of low cost airline operators case study: Airasia airlines

Abdurrahman Karim Zaidan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468673&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Era digitalisasi saat ini memang sudah merasuki sendi-sendi kehidupan. Hampir semua tatanan sosial masyarakat berubah, tak terkecuali di bidang pemasaran. Muncul media-media baru yang dianggap lebih efektif untuk menyukkseskan kegiatan pemasaran. Jurnal ilmiah ini akan menganalisis pemasaran dari brand AirAsia selaku salah satu maskapai penerbangan bertarif rendah dalam memanfaatkan media digital dalam upaya untuk berkomunikasi ataupun berpromosi kepada para konsumennya. Analisis akan berfokus pada media sosial dan situs resmi dari AirAsia. Pada akhirnya, tulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas bagaimana maskapai penerbangan AirAsia menjalankan strategi pemasaran digital sebagai salah satu kunci kesuksesannya menjadi maskapai bertarif rendah terbaik di dunia.

ABSTRACT

At present, the era of digitized has penetrated to the core of people's lives. Almost every social construct has changed because of it, including within the field of marketing. Leading to the increasing number of medias deemed more effective to make a successful marketing strategy. This scientific journal will analyse the brand AirAsia, as a low cost commercial airline, in incorporating several digital media outlets in their marketing strategy for both promotional outlet and as a communication channel to their consumers. The analysis will focus onto the social media as well as AirAsia's official website. In general, this journal is expected to provide a clear description in how AirAsia successfully implemented their digital marketing strategy making them one the best low cost commercial airline in the world.