

Rencana program komunikasi pemasaran Citilink - Garuda Indonesia = Integrated marketing communications plan Citilink ? Garuda Indonesia

Rizki Purwaningtyas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20314407&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Citilink Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai penerbangan Low Cost Carrier yang ada di Indonesia. Namun bila dibandingkan dengan maskapai Low Cost Carrier nasional secara keseluruhan, Citilink masih jauh tertinggal. Hal ini karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap fasilitas dan layanan Citilink. Untuk mengatasi hal tersebut maka solusinya adalah dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap fasilitas dan layanan Citilink yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik Citilink di masyarakat serta untuk menyaingi kompetitor utamanya yaitu Lion Air yang semakin menguasai pasar penerbangan di Indonesia. Implementasi dilakukan dengan menggunakan elemen periklanan, public relation, dan pendukung lainnya. Serta melakukan pre-test, post-test, dan monitoring selama masa kampanye dengan total anggaran kampanye sekitar 26 miliar rupiah.

<hr>

Abstract

Citilink - Garuda Indonesia is one of Low Cost Carrier airlines in Indonesia. However, when compared with overall national LCC airline, Citilink ? Garuda Indonesia is still far behind. This is due to a lack of knowledge and understanding of facilities and services of Citilink. To overcome this problem, the solution is to provide knowledge and understanding of facilities and services of which aims to increase public knowledge of the facilities and services Citilink - Garuda Indonesia. Implementation is done by using elements of advertising, public relations, and other support. Also pre-test, post-test, and monitoring during the campaign period with a total campaign budget about 26 billion rupiahs.