

Implementasi strategi Omnichannel advertising sebagai solusi pergeseran consumer behavior (studi tentang digital tourism platform `Atourin` pada tahun 2020) = Implementation of Omnichannel advertising strategy as a solution for shifting consumer behavior (study on digital tourism platform `Atourin` in 2020)

Shabrina Saiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511421&lokasi=lokal>

Abstrak

Era digital dan perkembangan digital telah dan akan terus mengubah tren sosial, termasuk perilaku konsumen dalam melakukan penggunaan jasa dan layanan. Akibatnya, terjadi perubahan pada dunia periklanan yang ditandai adanya pergeseran perilaku konsumen. Hal ini menuntut para pelaku periklanan untuk berinovasi dalam menentukan strategi, salah satunya adalah Omnichannel. Studi ini bertujuan untuk mengetahui masalah adanya pergeseran perilaku konsumen serta implementasi strategi omnichannel pada industri pariwisata melalui digital tourism platform Atourin sebagai langkah solutif dari adanya perubahan dinamika periklanan dalam pergeseran perilaku konsumen yang terjadi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Atourin melakukan strategi omnichannel advertising dalam implementasinya, melalui penyampaian pesan iklan serta konten produk dan layanan melalui berbagai kanal, seperti official website, kanal media sosial, dan acara-acara offline, seperti; diskusi dan webinar sebagai langkah solutif dari adanya pergeseran pola perilaku konsumen.

.....The digital era and digital developments already and will continue to change social trends, including consumer behavior in using services and services. As a result, there was a change in the advertising world which was marked by a shift in consumer behavior. This requires advertisers to innovate in determining strategies, one of which is Omnichannel. This study aims to determine the problem of shifting consumer behavior and the implementation of omnichannel strategies in the tourism industry through Atourin's digital tourism platform as a solution to the changing dynamics of advertising in shifting consumer behavior. The results of this research are that Atourin has implemented an omnichannel advertising strategy, through the delivery of advertising messages and product and service content through various channels, such as official websites, social media channels, and offline events, such as; discussions and webinars as a solution to the shift in consumer behavior .