

Penggunaan Marketing Influencer sebagai bentuk Customer Relationship Marketing: Kasus Kampanye Marketing Garuda Indonesia di Masa COVID-19 = The Use of Influencer Marketing as a Form of Customer Relationship Marketing : The Case of Garuda Indonesia's Marketing Campaign during COVID-19

Naila Dian Chaerunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528830&lokasi=lokal>

Abstrak

This paper focuses on Garuda Indonesia, in broadening its business position to be a leading airline representing Indonesia's culture and tourism industry during a pandemic, which led Garuda to maintain its brand relevancy by developing a campaign called "BecauseYouMatter" by collaborating with local influencers. Past research shows trust is the key to maintaining relationships with consumers during a crisis. This research paper aims to see the impact of influencer marketing in Garuda Indonesia's Travel Campaign in maintaining brand relevance, building consumer relationships, and gaining back trust during the COVID-19 pandemic. The data are collected through observing and analyzing content from the influencers who are conducting the campaign, as well as media outlets related to the campaign. The main findings centered on the diversity of influencers who were used to assess a more widespread engagement throughout the campaign through the use of varied social media platforms to connect users. The internal effort from Garuda Indonesia in creating a mini live talk-show program, hosted by Garuda Indonesia's CEO, along with local influencers to share their experiences flying with Garuda Indonesia. Therefore, these efforts have shown how Garuda Indonesia came forth as a leader in broadening its relevance through the use of influencer relationships with its key audiences.

.....Karya tulis ini berfokus pada Garuda Indonesia dalam memperluas bisnisnya untuk menjadi maskapai terkemuka yang mewakili industri budaya dan pariwisata Indonesia selama pandemi. Untuk mempertahankan relevansi bisnisnya terhadap publik, Garuda Indonesia mengembangkan kampanye yang disebut "BecauseYouMatter" yang berkolaborasi dengan beberapa influencer lokal Indonesia. Karya tulis ini bertujuan untuk melihat dampak influencer marketing dalam mempromosikan kampanye Garuda Indonesia dalam menjaga relevansi brand, membangun hubungan dan meningkatkan kepercayaan konsumen selama pandemi COVID-19. Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten dari influencer yang melakukan kampanye, serta outlet media yang terkait dengan kampanye. Temuan utama berpusat pada beragam influencer yang digunakan untuk memperluas dan menghubungkan informasi kampanye kepada publik, dan upaya internal Garuda Indonesia dalam membuat program mini live talkshow yang dibawakan oleh CEO dari Garuda Indonesia, mengundang influencer lokal untuk berbagi pengalaman terbang bersama Garuda Indonesia. Dengan itu, upaya ini menunjukkan bagaimana Garuda Indonesia tampil sebagai pemimpin dalam memperluas relevansinya melalui penggunaan hubungan influencer dengan publik.