

ABSTRACT

Name : Nindyo Andayaning Pandusaputri
Study Program : Magister Ilmu Komunikasi
Title : Strategi Komunikasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Melalui *Instagram* Sebagai Upaya Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Pasca COVID-19.

(xvi + 142 pages; 33 pictures; 1 tables; 5 attachments)

This study aims to analyze the communication strategy of PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. through the Instagram platform as an effort to maintain customer loyalty after the COVID-19 pandemic. The theory used is the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) developed by W. Timothy Coombs. The research method used is qualitative with a case study approach, through content analysis of Instagram and in-depth interviews with relevant parties at Garuda Indonesia. The results of the study indicate that Garuda Indonesia's communication strategy to maintain customer loyalty in a crisis situation is to utilize Instagram to convey the latest information, education, and transparency regarding health protocol policies and post-pandemic services. This strategy successfully increased customer engagement and trust, although there were still challenges in handling and maintaining consistency in messages and responses to feedback. The findings emphasize the importance of integrating crisis communication strategies with social media use in maintaining customer loyalty post-COVID-19.

Keywords: Communication, Communication Strategy, Customer Loyalty, Crisis, Social Media.

Reference: 94 (1982-2025)

ABSTRAK

Nama : Nindyo Andayaning Pandusaputri
Progam Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Melalui *Instagram* Sebagai Upaya Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Pasca COVID-19.

(xvi + 142 halaman: 33 gambar; 1 tabel; 5 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi PT.Garuda Indonesia (Persero) Tbk. melalui *platform Instagram* sebagai upaya mempertahankan kesetiaan pelanggan pasca pandemi COVID-19. Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Krisis Situasional (*Situational Crisis Communication Theory* atau SCCT) dikembangkan oleh W. Timothy Coombs. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui analisis konten *Instagram* dan wawancara mendalam dengan pihak terkait di Garuda Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Garuda Indonesia untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan dalam situasi krisis adalah dengan memanfaatkan *Instagram* untuk menyampaikan informasi terkini, edukasi, dan transparansi terkait kebijakan protokol kesehatan serta layanan pasca pandemi. Strategi ini berhasil meningkatkan *engagement* dan kepercayaan pelanggan, meskipun masih terdapat kendala dalam penanganan serta konsistensi pesan dan respons terhadap *feedback*. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara strategi komunikasi pada saat krisis dan penggunaan media sosial dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan pasca COVID-19.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Komunikasi, Kesetiaan Pelanggan, Krisis, Media Sosial.

Referensi: 94 (1982-2025)