

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

AirAsia dan Lion Air melalui *Instagram* menerapkan beragam strategi promosi yang dalam penelitian ini diteliti menggunakan indikator *Marketing Mix* 7P berupa *Product, Price, Place, Promotions, People, Process, dan Physical Evidence* dengan 11 Kategori meliputi *Bagasi, Charter, Food & Beverage, Price, Place, Direct Marketing, Sales Promotions, Publicity, People, Process, dan Physical Evidence*. Setiap kategori memiliki frekuensi yang berbeda pada kedua maskapai penerbangan LCC tersebut. AirAsia melalui unggahan di *Instagram* menunjukkan kelengkapan setiap kategori yang digunakan pada penelitian ini. Sementara Lion Air menunjukkan 9 dari 11 kategori pada unggahan di *Instagram*. Kategori tertinggi yang dimiliki oleh unggahan AirAsia dan Lion Air berada pada kategori *People*.

Untuk lebih merujuk pada strategi promosi yaitu pada bagian *Promotions*, kedua maskapai memiliki frekuensi tertinggi pada bagian *Publicity*. AirAsia kerap menunjukkan *Information Stories* pada unggahan mereka di *Instagram* yang mana masuk sebagai bentuk *Publicity*, sementara Lion Air kerap mengunggah terkait CSR mereka dan juga menampilkan bentuk *Information Stories*. Kecenderungan AirAsia dan Lion Air dalam penggunaan kategori *People* dan *Publicity* sebagai strategi komunikasi pemasaran atau lebih tepatnya strategi promosi ini dapat didasari karena keduanya merupakan perusahaan berbasis *hospitality* yang

menawarkan layanan atau jasa dengan konsumen/pelanggan/penumpang sebagai aspek yang terutama dan paling penting.

Pada strategi promosi yang diterapkan sesuai 11 kategori yang digunakan, AirAsia dan Lion Air memilih strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen mereka yaitu kecenderungan dalam penggunaan *Publicity* dan *People* serta AirAsia juga mengandalkan adanya bukti fisik atau *Physical Evidence*. AirAsia sendiri lebih intensif dalam melakukan unggahan dan penggunaan strategi promosi yang beragam dibandingkan Lion Air.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari akan keterbatasan pada penelitian ini, peneliti berharap jika kedepannya akan ada peneliti lain yang dapat melanjutkan penelitian ini dengan metode yang berbeda serta lebih mendalam. Penelitian yang mampu memberikan analisis data yang lebih baik terkait perbandingan strategi promosi pada akun media sosial *Instagram* suatu perusahaan, dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi maupun studi kasus.

V.2.2 Saran Praktis

Hasil pada penelitian ini dapat menjadi saran dan evaluasi bagi pengelola akun *Instagram* AirAsia dan Lion Air untuk meningkatkan strategi promosi yang dilakukan. AirAsia sudah menerapkan strategi promosi dengan indikator 7P secara lengkap pada akun *Instagram*, namun strategi promosi yang dilakukan tetap harus dimaksimalkan. Sementara Lion Air masih belum menerapkan secara keseluruhan strategi promosi

melalui media sosial *Instagram*, dapat dilihat bahwa Lion Air tidak memiliki unggahan terkait *Product F&B* dan *Sales Promotions* sama sekali.

V.2.3 Saran Sosial

Hasil Penelitian ini dapat menjadi saran sekaligus evaluasi bagi publik dalam penerapan strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial *Instagram*. Penggunaan strategi promosi yang sesuai dan tepat harus dilaksanakan dengan menyesuaikan *value* perusahaan dan sebisa mungkin memenuhi keseluruhan kategori strategi promosi untuk mencapai hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cutlip, Scott M. (2017). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fill, Chris. (2009). *Marketing Communications: Interactivity, Communities, and Content*. Pearson Education Limited.
- Hikmat, Mahi M. (2014). *Metode Penelitian Dalam Perpektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kayode, Olujimi (2014). *Marketing Communications Ebook 1st Edition*. Bookboon.com
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Marknesis, Tim. (2009). *Pemasaran: Strategi, Taktik & Kasus*. Yogyakarta: Markenesis.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
- Nurjaman, Kadar; Khaerul Umam (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen: Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Shimp, Terence A ; Andrews, J. Craig. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Intergrated Marketing Communications*. South Western: Cengage Learning.

Soemirat, Soleh; Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Jurnal

Aji, Prasetyo Matak et al. (2020). "Effect of Social Media Marketing on Instagram Towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia's Ready-to-Drink Tea Industry" dalam *International Journal of Data and Network Science*, 4, 91-104. Diakses pada 26 Februari 2021

Al Badi, Khalid Suidan. (2018). "The Impact of Marketing Mix on The Competitive Advantage of The SME Sector in The Al Buraimi Governorate in Oman" dalam *SAGE Journals*, -, 1-10. Diakses pada 26 Februari 2021

Ali, Moondore Madalina. (2014). "Analisis Isi Iklan Televisi Indonesia" dalam *Jurnal Humaniora*, 5 (2), 2014. Sinta 2. Diakses pada 27 Februari 2021.

Budianto, Apri et al. (2020). "Promotion Mix, Individual Internal Environment, and Purchase Decision Making in Minimarket" dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 21 (1), 27-42. Sinta 2. Diakses pada 08 Maret 2021.

Fadilah, Jusuf. (2019). "Strategi Periklanan Online Shop Garasi Barokah di Media Sosial Instagram" dalam *Jurnal Komunikasi*, 10 (1), 2019. Sinta 4. Diakses pada 27 Februari 2021.

Fildzah, Annisa Nurul dan Ira Dwi Mayangsari. (2018). "Analisis Strategi Promosi pada UMKM *Social Enterprise* (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery)" dalam *Jurnal Komunikasi*, 2 (-), 2018. Sinta 2. Diakses pada 27 Februari 2021.

Finansyah, Fauzan Fikry dan Janti Gunawan. (2019). "Analisis Perbedaan Perilaku Pelanggan dan Pengguna Media Sosial Maskapai Penerbangan Low-Cost Indonesia" dalam *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8 (2), 2019. Sinta 4. Diakses pada 06 Maret 2021.

Jean, Wong Ai; Rashad Yazdanifard. (2015). "The Review of how Sales Promotion Change the Consumer's Perception and Their Purchasing Behavior of a Product" dalam *Global Journal of Management and Business Research: E-Marketing*, 15 (5), 2015. Diakses pada 27 Februari 2021.

Katsikeas, Constantine et al. (2020). "Revisiting International Marketing Strategy in a Digital Era (Opportunities, Challenges, and Research Directions)" dalam *International Marketing Review Journal*, 37 (3), 406-424. Diakses pada 27 Februari 2021.

Kusniadji, Suherman. (2016). "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consume Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian

Mulia di Semarang)” dalam *Jurnal Komunikasi*, 8 (1), 83-98. Sinta 2. Diakses pada 2 Februari 2020.

Margaretha, Sherly et al. (2012). “Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association” dalam *Jurnal Komunikasi*, 1 (6), 455-462. Sinta 2. Diakses pada 2 Februari 2021.

Nugraheni, Yuli dan Finsensius Yuli Purnama (2013). “Studi Deskriptif Komparatif Mengenai Pemberitaan Kesejahteraan Keluarga di Jawa Pos, Surya, dan Radar Surabaya” dalam *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2 (1), 2013. Sinta 3. Diakses pada 27 Februari 2021.

Rahmania, Fika Dwi et al. (2018). “Online Marketing Using Social Media Performed by Star-Up Entrepreneurs in Kediri Regency” dalam *Jurnal Pendidikan*, 3 (5), 641-647. Sinta 2. Diakses pada 26 Februari 2021.

Internet

Airasia.com [Online]. <https://www.airasia.com/aa/inflight-comforts/id/id/baggage.html>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Bisnis.com [Online]. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200218/98/1202741/kemenhub-beri-penghargaan-lion-air-group-kaget>. Diakses pada 28 April 2021.

Bisnis.com [Online]. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200730/98/1273318/ini-cara-lion-air-group-kembalikan-kepercayaan-penumpang>. Diakses pada 28 April 2021.

Bisnis.Tempo.com [Online]. <https://bisnis.tempo.co/read/1403116/garuda-indonesia-beberkan-sebab-kerugian-rp-152-triliun-di-kuartal-iii-2020/full&view=ok> Diakses pada 13 Oktober 2021

Bisnis.Tempo.com [Online]. <https://bisnis.tempo.co/read/1440202/bos-airasia-beberkan-strategi-bisnis-2021-garap-kargo-hingga-e-commerce> Diakses pada 19 November 2021.

CNBCIndonesia.com [Online]. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200423155813-4-154013/pesawat-komersil-dilarang-terbang-di-ri-24-april-1-juni-2020>. Diakses pada 1 Februari 2021.

CNBCIndonesia.com [Online]. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200424211610-4-154355/maskapai-penerbangan-ri-rugi-rp-23-t-dalam-3-bulan> Diakses pada 12 Oktober 2021.

CNBCIndonesia.com [Online]. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190624181910-4-80340/lion->

[atau-airasia-tiket-maskapai-lcc-mana-yang-termurah](#) Diakses pada 20 November 2021.

CNNIndonesia.com [Online].
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200826115643-92-539457/airasia-rugi-rp34-t-karena-corona>. Diakses pada 28 April 2021.

Databoks.katadata.co.id [Online].
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/06/21/berapa-kapasitas-penerbangan-berbiaya-murah-lcc-di-indonesia>. Diakses pada 1 Februari 2021.

Ekonomi.Bisnis.com [Online].
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/98/1365644/lion-air-raja-pasar-rute-domestik-2020-garuda-posisi-empat>. Diakses pada 09 Mei 2021.

Ekonomi.Bisnis.com [Online].
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20201012/98/1303948/airasia-hapus-slogan-now-everyone-can-fly-tony-ungkap-alasannya> Diakses pada 24 November 2021.

Ekonomi.Kompas.com [Online].
<https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/10/051715026/saat-maskapai-lcc-mulai-menghapus-bagasi-gratis-bagi-penumpangnya?page=all> Diakses pada 17 November 2021.

Industri.kontan.co.id [Online]. <https://industri.kontan.co.id/news/maskapai-airasia-raih-peringkat-terbaik-untuk-covid-19-health-ratings>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Infokomputer.grid.id [Online].
<https://infokomputer.grid.id/read/122078028/survei-terbaru-nielsen-ungkap-perilaku-pengguna-internet-di-indonesia?page=all>. Diakses pada 1 Februari 2021.

Jawapos.com [Online]. <https://www.jawapos.com/ekonomi/25/11/2020/airasia-raih-rating-tertinggi-maskapai-berstandar-protokol-covid-19/>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Kominfo.go.id [Online]. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker. Diakses pada 1 Februari 2021.

Kontan.co.id [Online]. <https://industri.kontan.co.id/news/pesawat-lion-air-sehari-cuma-bisa-terbang-50-rute-bikin-keuangan-makin-meradang>. Diakses pada 28 April 2021.

Liputan6.com [Online]. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4234672/lion-air-bersedia-bayar-refund-tiket-dengan-uang-tapi-ada-syaratnya>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Merdeka.com [Online]. <https://www.merdeka.com/uang/4-strategi-airasia-perketat-persaingan-dengan-lion-air.html>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Merdeka.com [Online]. <https://m.merdeka.com/indonesia-airasia/profil/>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Newsroom.airasia.com [Online].
<https://newsroom.airasia.com/news/2020/8/18/airasia-rayakan-hut-ke-75-ri-dengan-promo-merdeka>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Skytraxratings.com [Online]. <https://skytraxratings.com/airlines/lion-air-rating>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Travel.detik.com [Online]. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5073072/catat-ini-syarat-ikut-rapid-test-covid-19-rp-95000-dari-lion-air>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Travel.kompas.com [Online].
<https://travel.kompas.com/read/2019/06/19/130700827/20-lcc-terbaik-2019-versi-skytrax-airasia-masih-juara>. Diakses pada 2 Februari 2021.

Travel.kompas.com [Online].
<https://travel.kompas.com/read/2021/08/10/171000427/aturan-bagasi-pesawat-terbaru-dari-7-maskapai-indonesia-tahun-2021?page=all#:~:text=Untuk%20informasi%2C%20bagasi%20adalah%20barang,oleh%20wisatawan%20saat%20sedang%20bepergian.&text=Umumnya%20maskapai%20penerbangan%20menggratiskan%20bagasi,yang%20beratnya%20lebih%20dari%20itu>. Diakses pada 17 November 2021.

Tribunnews.com [Online].
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/09/03/agustus-2020-ap-ii-pergerakan-pesawat-mencapai-25041-penerbangan>. Diakses pada 1 Februari 2021.

Instagram

Airasiassuperapp.id. <https://www.instagram.com/airasiassuperapp.id/?hl=id>.

Lionairgroup. <https://www.instagram.com/lionairgroup/?hl=id>.