

ABSTRAKSI

Connex Shuttle adalah perusahaan jasa transportasi umum yang melayani angkutan penumpang dan barang. Awal mula merintis bisnis transportasi sejak tahun 2019 yang diawali dengan trayek Antar Jemput Antar Provinsi (AJAP) dari Kota Cirebon ke Kota Semarang. Connex Shuttle merupakan angkutan transportasi moderen yang berkonsep *shuttle bus point-to-point*, yaitu dengan sistem penumpang berangkat dan tiba di pool.

Tahun 2019 hingga 2022 merupakan sejarah merebaknya wabah penyakit global, yaitu SARS-CoV-2 (Covid-19). krisis ini membawa dampak terhadap kepada kehidupan manusia, penularannya yang begitu cepat antar individu manusia, mengakibatkan meluasnya angka penularan di seluruh dunia. Covid-19 telah membuat krisis dan perubahan perilaku manusia dalam berbagai hal, dari melumpuhkan segala mobilitas dan interaksi manusia, hingga dampak pada sektor ekonomi dan bisnis. Connex Shuttle merupakan salah satu sektor yang paling terdampak dari wabah pandemi Covid-19, sektor transportasi terpaksa dihentikan sementara seiring dengan kebijakan pembatasan sosial di Indonesia. Dampak tersebut membuat operasional perusahaan menjadi terbatas dan mengalami penurunan pendapatan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi pemasaran digital Connex Shuttle yang dilakukan di masa pandemi Covid-19, sehingga mampu untuk bertahan dan meningkatkan penjualannya hingga saat ini. Penelitian ini dilakukan dengan perpaduan teori komunikasi pemasaran oleh Kotler, P., & Keller, K. L. dan komunikasi pemasaran AISAS oleh Sugiyama & Andree yang dianalisis menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Setelah dilakukan penelitian, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Connex Shuttle melakukan komunikasi pemasaran digital AISAS dengan memanfaatkan media sosial dan media internet mengelola *Attention, Interest, Search, Action*, dan *Share* dari konsumen.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Model AISAS, Bisnis Jasa Transportasi, Shuttle Bus.

ABSTRACT

Connex Shuttle is a public transportation company that transports both passengers and freight. Since 2019, the company has been pioneering the transportation business, beginning with the *Antar Jemput Antar Provinsi* (AJAP) route from Cirebon City to Semarang City. *Connex Shuttle* is a modern mode of transportation that operates based on a point-to-point shuttle bus system, with passengers leaving and arriving at the pool.

The years 2019 to 2022 bear witness to the history of a global disease outbreak, precisely the SARS-CoV-2 (Covid-19). This crisis influences human life since it spreads so quickly between humans, resulting in extensive transmission rates over the world. Covid-19 had caused a catastrophe and altered human behavior in a variety of ways, from halting all mobility and human interaction to having an impact on the economic and business sectors. *Connex Shuttle* is one of the most affected sectors by the Covid-19 pandemic; the transportation industry was temporarily stopped following Indonesia's social policy. This has hampered the company's operations and reduced revenue.

This study was conducted to discover how Connex Shuttle's digital marketing communications were done during the Covid-19 pandemic, allowing them to survive and boost their sales to today. This study used a case study method with a descriptive qualitative approach, as well as marketing communication theory by Kotler, P. & Keller, K. L., and the AISAS marketing communication by Sugiyama and Andree, which were analyzed using a case study method with in-depth interviews, observation, and documentation. The research results demonstrate that *Connex Shuttle* performs AISAS digital marketing communications by employing social media and online media to manage consumer Attention, Interest, Search, Action, and Share.

Keywords: Digital Marketing Communication, AISAS Model, Transportation Service Business, Shuttle Bus.