

ABSTRAK

Reputasi merupakan citra yang dimiliki suatu organisasi di mata para pemangku kepentingannya, reputasi dapat ditentukan berdasarkan beberapa faktor seperti kinerja keuangan, kualitas produk, etika bisnis dan lainnya yang dapat membantu perusahaan mendapatkan kepercayaan, hubungan kerjasama, investor, serta customer. Sedangkan daya tarik pesan merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan sebagai strategi komunikasi pemasaran yaitu sebagai ide yang inovatif untuk pengiklanan dalam media reklame yang berdampak besar dalam efektivitas marketing dapat dilihat dari interaksi di sosial media sebagai salah satu upaya perusahaan berkomunikasi dengan audience. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami seberapa tinggi daya tarik pesan dan reputasi di Instagram @Garuda.Indonesia serta mengetahui pengaruh strategi daya tarik pesan melalui Instagram terhadap citra Garuda Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 orang. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah daya tarik pesan dalam instagram @Garuda.Indonesia berpengaruh sedang dengan nilai rata-rata 2,585 begitupula pada variabel reputasi pada instagram @Garuda.Indonesia berpengaruh sedang dengan nilai rata-rata 2,67 dan terdapat hubungan yang negatif tetapi signifikan antara daya tarik pesan dengan reputasi.

Kata Kunci : *daya tarik pesan, Garuda Indonesia, reputasi.*