

**Üniversite** : **İstanbul Kültür Üniversitesi**  
**Enstitüsü** : **Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**  
**Dalı** : **İletişim Sanatları**  
**Programı** : **İletişim Sanatları**  
**Tez Danışmanı** : **Dr. Öğr. Üyesi Ceren BİLGİCİ OĞUZ**  
**Tez Türü ve Tarihi** : **Yüksek Lisans /Nisan 2021**

## **ÖZET**

İnternet tabanlı sistemlerin ve teknolojinin gelişmesine bağlı olarak insanların hayatının önemli bir parçası haline gelen sosyal medya, ayrıca markaların hedef kitlelerine ulaşması içinde de önemli bir rol üstlenmektedir. Sosyal medya, kullanıcıların anlık paylaşım yapmalarına imkan sağlayan, kişisel ya da kurumsal sayfalar aracılığıyla dijital içerikler oluşturup, duygu, düşünce, bakış açısı, kişisel ya da kurumsal fotoğraflar vb. gibi pek çok olayı, durumu çevresindeki insanlara ulaştırabilen çevrimiçi bir ağıdır. Markalar, sosyal medya içerisinde kendi karakteristik özelliklerinden beslenerek, markanın kimliğini oluşturan temel sembollerin katkı sağladığı bir strateji benimsemektedir.

Bu araştırmada marka kimliği bağlamında hava yolu şirketlerinin sosyal medya stratejileri çeşitli açılardan incelenmiştir. İlk olarak seçilen markaların sosyal medya ve kurumsal iletişim yöneticileriyle derinlemesine mülakat yapılmıştır. İkinci olarak da yine seçilen markaların Instagram hesapları belirlenen kriterlere göre analiz edilmiştir. Elde edilen veriler toplanarak seçilen markalar, marka kimliğinden semboller bağlamında ele alınarak sosyal medya stratejileri detaylı olarak ortaya konulmuştur.

**Anahtar Sözcükler** :Sosyal Medya, Sosyal Medya Stratejisi, Marka Kimliği, Marka Kimliği Sembolleri

**University** : **Istanbul Kultur University**  
**Institute** : **Institution of Postgraduate Education**  
**Department** : **Communication Arts**  
**Programme** : **Communication Arts**  
**Supervisor** : **Dr. Öğr. Üyesi Ceren BİLGİCİ OĞUZ**  
**Degree and Date** : **Master Thesis/April 2021**

## **ABSTRACT**

Developing internet based systems and technology, social media has become a crucial part for people and also these systems led to companies to reach people. Social media may provide users with instant shares such as personal or corporational websites may make friends aware of feelings, thoughts, opinions, individual or corporational photographs, and states etc. Companies, getting feedback from their characteristic feature in social media, they take on a strategy with basic symbols, which create their brand's identity.

In this research, in terms of brand identity, under many aspects, social media strategies of airline companies are examined. First of all, some interviews are done with selected brands social media and company directors.

Furthermore, selected brands' Instagram accounts are analysed with certain rules. In terms of symbols, social media strategies of the certain brands (companies) are detailed and researched depending on the obtained data.

**Key words:**Social Media, Social Media Strategy, Brand Identity, Brand Identity Symbols