



Nur Azizah

44313120057

Proses Promosi Digital Banking Bank Sinarmas Melalui Media Sosial Fanpage Facebook Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Periode 2015-2017

Jumlah halaman xii + 92 halaman + 4 lampiran

Bibliografi : 25 acuan, Tahun 2000-2016

ABSTRAK

Facebook yang sampai saat ini masih merajai dunia media sosial menjadi ladang bisnis perusahaan untuk dijadikan media promosi. Digital Banking Bank Sinarmas adalah salah satu dari perusahaann perbankan termasuk dalam 3 juta bisnis yang beriklan di Facebook. Dengan target kaum milenial mampu meningkatkan jumlah follower sejak awal berdiri pada tahun 2015 hingga saat ini.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah SOSTAC (*Situation Analysis, Objectivities, Strategy Formulation, Tactics, Action, Control*) oleh Paul Smith yang merupakan rangkaian tahapan proses strategi promosi pada media digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggambarkan suatu gejala sosial untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada studi. Dengan melakukan pengecekan keabsahan data dengan triangulasi metode dengan cara membandingkan informasi atau data dengan data primer (wawancara, observasi langsung) dan juga membandingkan antara teori dengan implementasi di lapangan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Fanpage Facebook* yang digunakan oleh Digital Banking Bank Sinarmas sebagai media promosinya bisa dikatakan efektif. Mengingat jumlah *follower Fanpage Facebook* Digital Banking Bank Sinarmas mencapai 69.073 follower aktif hingga saat ini. Dengan banyaknya pengikut di sosial media tersebut. Maka besar peluang untuk mendapatkan khalayak lebih banyak. Dengan begitu penyebaran informasi dapat tersebar luas.

Kata Kunci : Promosi, Facebook, SOSTAC



UNIVERSITAS
MERCU BUANA