

STRATEGI PROMOSI MELALUI *SOCIAL MEDIA NETWORKING*

by

I Made Bayu Pranata

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

mbayupranata@yahoo.com

ABSTRACT

As the development of technology which leads the world to globalization era, resulting the change in various fields. Competitive in business among companies in domestic and international market is getting strict, demanding all companies to more aggressive and brave in decision making as well as applying companies promotion strategy so that they become more superior than their competitor. Information technology, particularly internet, influences marketing world strictly, even utilization of internet for marketing is considered as a trend setter. Facebook Marketing is one of the marketing ways through internet by utilizing the functions available in social networking, Facebook and Twitter.

Promotion strategy is a companies' activity in influencing costumers for buying the product offered. Promotion through social media networking is the companies' obligation, particularly BNI, as a media in introducing its product. Therefore, the problem raised in this research is how about the applying of BNI promotion strategy through social media networking, Face book and Twitter.

Keywords: *Promotion Strategy, Social Media Networking*

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi yang membawa duniamenuju era globalisasi memberikan perubahan diberbagi bidang. persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat di pasar domestik maupun international, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil sebuah keputusan serta menerapkan strategi promosi perusahaannya sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaing. Teknologi informasi khususnya internet sangat mempengaruhi dunia marketing, bahkan pemanfaatan internet untuk marketing dianggap sebagai *trend setter*. Facebook Marketing merupakan salah satu cara pemasaran melalui internet dengan memanfaatkan fungsi-fungsi yang ada pada jejaring sosial Facebook dan Twitter.

Strategi promosi suatu kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Promosi melalui *media social networking* sangat menjadi kewajiban perusahaan khususnya BNI untuk menjadi salah satu sarana untuk memperkenalkan produknya. Oleh karena itu, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah, bagaimana penerapan strategi promosi BNI melalui *social media networking*, facebook dan twitter.

Kata kunci: *Strategi Promosi, Social Media Networking*

DAFTAR PUSTAKA

- Aston. (1990). Available <http://puslit/petra.ac.id/jurnal/management.html> (12 Oktober 2012).
- Darma, G.S. (2012). *100 Konsultasi Praktis Strategi Bisnis*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). The Impact of Information Technology Investment on the Hospitality Industry, *Jurnal MAKSI*,6(1): 1-22.
- Darma, G.S.(2006).*Optimalisasi Penggunaan Teknologi Informasi dan Kinerja Organisasi*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). Strategi Interaksi Sosial pada Jaman Nir-Kabel. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*,18(1): 39-49.
- Darma, G.S.(2006). *Manajemen Strategi: Solusi dalam Dunia Nir Kabel*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2006). *Mobile Marketing: Sebuah Strategi Keunggulan Bersaing Online*, Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (2005).Teknologi Informasi, Kepuasan User, Kinerja User dan Kinerja Hotel di Bali, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2):93-102.
- Darma, G.S. (2005). *88 Konsultasi Praktis Marketing Strategy*. Denpasar: Undiknas Press.
- Darma, G.S. (1999). *Information Technology and Organisational Performance: A Study of the Hospital Industry*, Southern Cross University, Lismore New South Wales Australia.
- Darma, G.S., and Lo, B.W.N. (1998). *Information Technology and Organisational Performance: A Survey of the Hospitality Industry*, Working Paper SoMIT 98/1, Australia: School of Multimedia and Information Technology Southern Cross University.
- Daryanto. (2001). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hasan. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Higgins. (1995). Available <http://puslit/petra.ac.id/jurnal/management.html> (12 Oktober 2012).
- Kotler. P., and Gary. A. (2001). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Keempat. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I. Jakarta: Indeks Gramedia.

- Lo, B., and Darma, G.S. (2000). Employee Perception of the Impact of Information Technology Investment in Organisations: A Survey of the Hotel Industry, *Australasian Journal of Information Systems*, 7 (2) : 32-51.
- Machfoedz. (2005). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Maidique., and Patch. (1988). Available <http://puslit/petra.ac.id/jurnal/management.html> (12 Oktober 2012).
- Merry, H. (2011). *Strategi Pemasaran Berbasis New Wave Marketing Pada Nirmala Hotel & Convention Centre Di Denpasar*, Tesis Undiknas, Denpasar.
- Michael., and Dale, S. (1994). Available, www.google.com ,Fri, 20/09/2012 - 2:53am).
- Morone. (1989). Available <http://puslit/petra.ac.id/jurnal/management.html> (12 Oktober 2012).
- Setiadi. (2001). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Predana Group.
- Assauri. (2001). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarsono, M. (2006). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swa. (2012). *Indonesia Most Favorable Brands & Most Influential Personality*.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Trijiono. (2012). *Strategi Promosi Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Di Kantor Pegadaian Kerobokan*. Tesis Undiknas, Denpasar.
- Tschohl. (2011). *Psikologi Konsumen: Menjaring Pelanggan Seumur Hidup*. Surabaya: Penerbit Portico Publishing.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Waringin. (2008). *Marketing Revolution*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- www.google.com, Pemanfaatan Jejaring Sosial Dalam Keunggulan Bersaing, Diakses Minggu, 03 November 2012.
- www.id.wikipedia.org/wiki/socialmedianetworking, Diakses Minggu, 03 November 2012.
- www.mediabistro.com/alltwitter/history-social-media.

Untuk Mendapatkan Full Text hubungi : jmb@pasca-undiknas.ac.id