



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PEMANFAATAN BLOG KOMPASIANA DALAM  
MEMPROMOSIKAN PRODUK PERBANKAN  
(STUDI KASUS: PT BANK DANAMON  
INDONESIA, TBK.)

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Monalisa Patrice**  
14140110208

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi saya, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 7 Juli 2018



(Monalisa Patrice)

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pemanfaatan Blog Kompasiana dalam Mempromosikan Produk Perbankan  
(Studi Kasus: PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.)”

oleh

Monalisa Patrice

telah diujikan pada hari Jumat, 3 Agustus 2018,  
pukul 14.30 s.d. 16.00 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih, M.Si.

**Penguji Ahli**



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

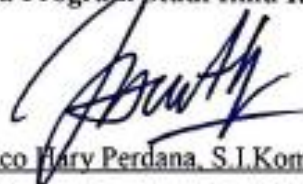
**Dosen Pembimbing**



Wildan Hakim, S.Sos., M.Si.

**Disahkan oleh**

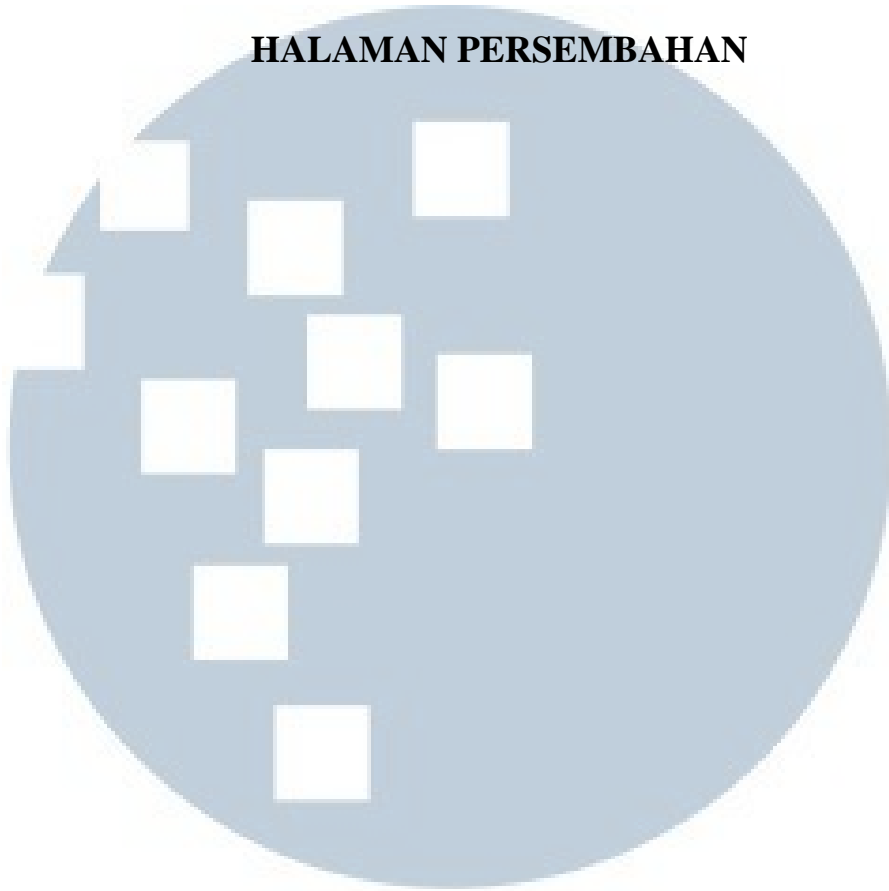
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

NUSANTARA

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



*Good, better, best.*

*Never let it rest.*

*'Til your good is better and your better is best.*

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Selama kurang lebih lima bulan menjalani proses penulisan skripsi, akhirnya skripsi berjudul “Pemanfaatan Blog Kompasiana dalam Mempromosikan Produk Perbankan (Studi Kasus: PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.)” dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik tentu berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih senantiasa serta berkat yang melimpah, penulis dapat melaksanakan penulisan skripsi dengan baik dan lancar.
2. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan masukan dan ilmu yang mendukung.
3. Bapak Wildan Hakim, S.Sos., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis dan selalu memberikan masukan serta saran agar penulisan skripsi menjadi lebih baik lagi.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku penguji yang memberikan kritik dan saran agar penulisan skripsi menjadi lebih baik lagi.
5. Ibu Dra. Bertha Sri Eko M., M.Si. selaku ketua sidang yang membantu agar sidang skripsi dapat berjalan lancar serta saran yang membangun laporan skripsi ini.

6. Mama, Papa, dan Cece yang selalu memberi doa, dukungan moral serta motivasi agar penulis dapat terus maju.
7. Daniel Feryandi yang selalu memberi kasih sayang dan semangat agar penulis menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Jesslyn, Nat, Andini yang menjadi teman seperjuangan dalam skripsi dan selalu saling menyemangati satu sama lain.
9. Keket, Teta, dan Desi, sahabat penulis yang selalu memberi perhatian serta selalu ada dalam suka dan duka.
10. Ibu Mayang, Kak Nindya, dan Kak Deny selaku narasumber wawancara dalam penelitian skripsi yang telah memberikan informasi serta waktunya.
11. Teman-teman serta pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan serta doa dalam proses pembuatan skripsi.

Akhir kata, penulis sadar akan adanya kekurangan maupun kesalahan dalam laporan skripsi ini. Penulis sangat terbuka dalam kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 7 Juli 2018



Monalisa Patrice

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# PEMANFAATAN BLOG KOMPASIANA DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK PERBANKAN (STUDI KASUS: PT BANK DANAMON INDONESIA, TBK.)

## ABSTRAK

Oleh : Monalisa Patrice

PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. adalah salah satu perusahaan perbankan dalam skala besar di Indonesia. Dalam usaha mempromosikan produknya, Bank Danamon memilih Kompasiana sebagai salah satu mediumnya. Hal ini dilakukan melalui aktivitas *Blog Competition* yang juga merupakan salah satu unit bisnis Kompasiana. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan studi dokumen. Dalam melakukan analisis terhadap promosi melalui media sosial, peneliti menggunakan konsep *Social Media Planning* dari Peter R.Scott dan J. Mike Jacka. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Bank Danamon menggunakan *Blog Competition* 'Buktikan, Saatnya Enggak Ribet Untuk Perjalanan Liburanmu' sebagai upaya dalam mempromosikan produk *e-channel* Bank Danamon termasuk ATM, D-Mobile, dan Danamon Online Banking sebagai metode pembayaran tiket Railink. Adapun hambatan yang terjadi yaitu Kompasianer yang mengikuti *Blog Competition* hanya dua belas orang dari target dua puluh orang.

Kata kunci: *Blog Competition*, Promosi, Media Sosial

# UMN



**UTILIZATION OF KOMPASIANA'S BLOG TO PROMOTE  
BANKING PRODUCTS  
(CASE STUDY: PT BANK DANAMON INDONESIA, TBK.)**

**ABSTRACT**

**By: Monalisa Patrice**

PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. is one of the largest banking companies in Indonesia. In an effort to promote its products, Bank Danamon chose Kompasiana as one of its mediums. This is done through the Blog Competition activity which is also a business unit of Kompasiana. This study uses descriptive qualitative research with case study methods. The data in this study were obtained through in-depth interviews and document studies. In analyzing promotions through social media, researchers used the concepts of Social Media Planning from Peter R. Scott and J. Mike Jacka. The results of the study show that Bank Danamon uses the 'Prove, Time to Be Noisy for Your Vacation Travel' Competition Blog as an effort to promote Bank Danamon's e-channel products including ATMs, D-Mobile and Danamon Online Banking as Railink ticket payment methods. The obstacle that occurred was Kompasianer who joined the Blog Competition only twelve people out of the target of twenty people.

Keywords: Blog Competition, Promotion, Social Media



## DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	10
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	10
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Media Sosial.....	24
2.2.3 <i>Social Media</i> Marketing.....	28
2.2.4 Perencanaan Media Sosial .....	29
2.3 Alur Penelitian .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	33
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	34
3.3 Metode Penelitian .....	34
3.4 Key Informan dan Informan .....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Keabsahan Data .....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.8 Fokus Penelitian.....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Subjek Penelitian .....	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	44
4.1.2 Visi Perusahaan.....	50
4.1.3 Misi Perusahaan.....	50
4.1.4 Budaya Perusahaan .....	53

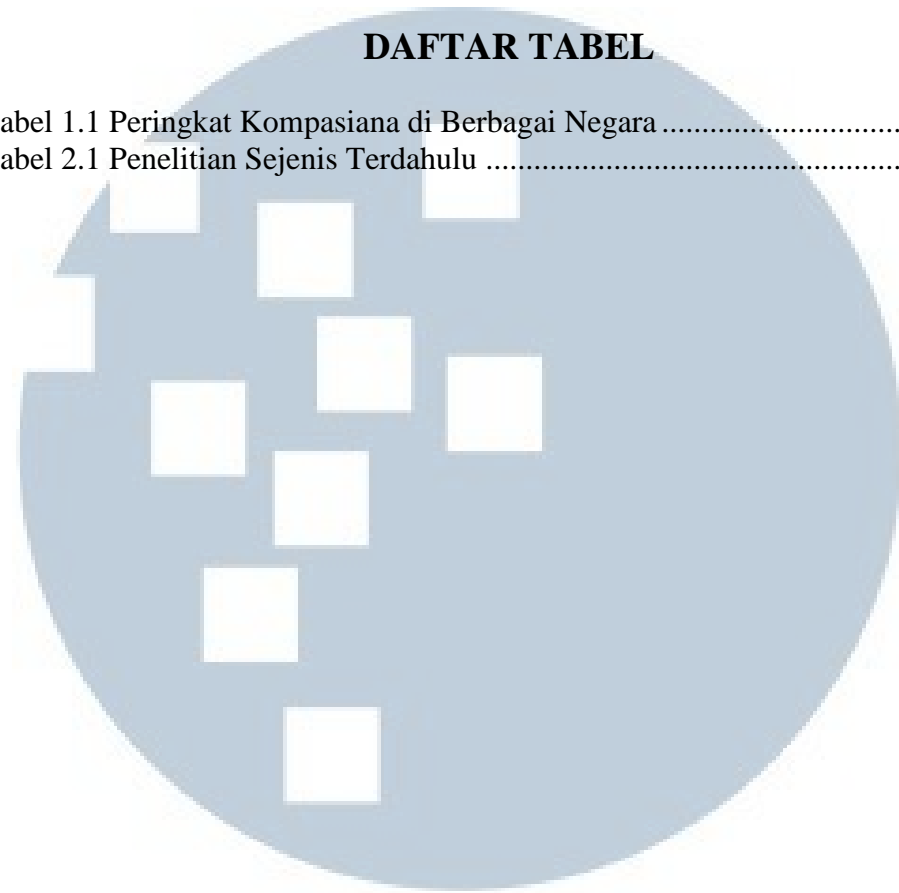
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan .....	53
4.1.6 Struktur Wilayah Perusahaan.....	54
4.1.7 Komposisi Pemegang Saham.....	55
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Penerapan Blog Competition dalam Konteks Komunikasi Korporasi .....	55
4.2.2 Operasionalisasi Blog Competition .....	59
4.2.3 <i>Blog Competition</i> sebagai Medium Promosi Produk Bank Danamon.....	65
4.3 Pembahasan.....	68
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1 Simpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
5.2.1 Saran Akademis .....	80
5.2.2 Saran Praktis .....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Kompasiana di Berbagai Negara .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis Terdahulu .....	11



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Popularitas Kompasiana Periode Januari - Juli 2016.....	3
Gambar 1.2 <i>Blog Competition</i> .....	7
Gambar 4.1 Statistik Kompasiana per Desember 2017 .....	58
Gambar 4.2 Kompasianer yang mencoba Railink bersama Bank Danamon .....	61
Gambar 4.3 Pengumuman Pemenang Blog Competition .....	65
Gambar 4.4 Iklan Blog Competition .....	71
Gambar 4.5 Tampilan Blog Competition di Media Sosial Facebook dan Twitter.....	71

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA