

FUNGSI MEDIA SOSIAL (WEBSITE, FACEBOOK, TWITTER) SEBAGAI ALAT PROMOSI PT BAKRIE TELECOM TBK JAKARTA

Dini Maryani, S.Sos., M.Si.
Akademi Sekretari Budi Luhur, Jakarta
dini.maryani@budiluhur.ac.id

***Abstract: Social Media Function (Website, Facebook, Twitter) as a Promotional Tool of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta.** PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta is one of the telecommunications service companies that use social media (website, facebook, twitter) as a promotional tool. This study aimed to assess and understand the function of social media as a promotional tool of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta. The research question being raised is "How social media (website, facebook, twitter) functions as a promotional tool of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta?" This study method is qualitative by using descriptive research method. The subject of study is Digital Marketing of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta. The theory used in this study is a Public Situational Theory by James E. Grunig. Instruments used to collect the data are observation and in-depth interviews about the Digital Marketing of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta and customers of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta as informants. Data were obtained through interview techniques and literature study. The results of this study show that the function of social media (website, facebook, twitter) as a promotional tool of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta has a great influence on marketing activities, because the rapid development of technology is able to change patterns of communication and information among the society. Theoretical suggestions of this study are expected to provide benefits to the development of Communication Studies and hope further research can carry out quantitative studies so that the researcher can see the social media function as a promotional tool. Practical advice is the function of social media (website, facebook, twitter) as a promotional tool of PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta.*

Keywords: Social Media, Promotion

Abstrak: Fungsi Media Sosial (Website, Facebook, Twitter) Sebagai Alat Promosi Pt Bakrie Telecom Tbk Jakarta. PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta merupakan salah satu perusahaan layanan telekomunikasi yang menggunakan media sosial (*website, facebook, twitter*) sebagai alat promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami fungsi media sosial sebagai alat promosi PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah Bagaimana fungsi media sosial (*website, facebook, twitter*) sebagai alat promosi PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta?. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Subjek penelitiannya Digital Marketing PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta. Teori penelitian yang digunakan yaitu Teori Situasional Publik menurut James E. Grunig. Pengumpulan data diperoleh melalui Observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap *Digital Marketing* PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta dan para pelanggan dari PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta sebagai informan. Data diperoleh melalui teknik wawancara dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa fungsi media sosial (*website, facebook, twitter*) sebagai alat promosi PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta memiliki pengaruh besar dalam kegiatan pemasaran, karna begitu pesatnya perkembangan teknologi yang mampu mengubah pola komunikasi dan informasi di kalangan masyarakat. Saran teoritis dari penelitian ini diharapkan mampu

memberikan manfaat kepada pengembangan Ilmu Komunikasi dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti secara kuantitatif agar peneliti dapat melihat fungsi media sosial dalam sebagai alat promosi. Saran praktis adalah fungsi media sosial (*website, facebook, twitter*) sebagai alat promosi PT Bakrie Telecom Tbk Jakarta.

Kata kunci: Media Sosial, Promosi