

Ratu Bilqis (140531100088). Pemanfaatan Media Sosial Telegram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Cryptocurrency. Guidance of Dr. Bani Eka Dartiningsih S.Sos.,M.Si.

ABSTRACT

The current technological developments not only provide changes to the pattern of public communication, but also provide changes to marketing communications. Today, many businesses use the internet to promote, especially social media. This is like what is done by the Dinar DirhamKoin (DDK) community Bangkalan that uses Telegram as its marketing media. In this study, the researcher intends to know and understand how the use of Telegram social media by the DDK community as a promotional media, through the approach of the concept of Holistic Marketing Mix consisting of People, Processes, Programs (which in this pattern contains elements of Marketing Mix Product, Price, Place & Promotion). This study uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques in the form of interviews, observation, and literature. The results showed that the DDK community did not have a specific strategy for promotion, they used Telegram as a marketing communication medium as well as an educational tool for prospective consumers and online communication between sellers and buyers.

Keywords: Telegram, Dinar Dirham Koin Community, Marketing Communication, Holistic Marketing

Ratu Bilqis (140531100088). Pemanfaatan Media Sosial Telegram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Cryptocurrency. Guidance of Dr. Bani Eka Dartiningsih S.Sos.,M.Si.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini tidak hanya memberikan perubahan terhadap pola komunikasi masyarakat, namun juga memberikan perubahan pada komunikasi pemasaran. Saat ini banyak pelaku bisnis memanfaatkan internet untuk melakukan promosi, khususnya media sosial. Hal ini seperti yang dilakukan oleh komunitas Dinar Dirham Koin (DDK) Bangkalan yang menggunakan Telegram sebagai media pemasarannya. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud mengetahui dan memahami bagaimana pemanfaatan media sosial Telegram yang dilakukan komunitas DDK sebagai media promosi, melalui pendekatan konsep *Holistic Marketing Mix* yang terdiri dari *People, Processes, Programs* (dimana pada pola ini ini mengandung unsur *Marketing Mix Product, Price, Place&Promotion*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas DDK tidak memiliki strategi khusus untuk promosinya, mereka lebih menggunakan Telegram sebagai media komunikasi pemasaran juga sebagai sarana edukasi bagi calon konsumen serta komunikasi online antara penjual dan pembeli.

Kata Kunci : Telegram, Komunitas Dinar Dirham Koin, Komunikasi Pemasaran, Holistic Marketing