

Pengaruh viral marketing terhadap image perbankan syariah di Indonesia (survei pada peserta iB blogger competition even di Kanal Kompasiana) = The influence of viral marketing toward sharia Banking image in Indonesia (survey participants on iB blogger competition in canal Kompasiana)

Resa Nurlaela Anwar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340777&lokasi=lokal>

Abstrak

Terhambatnya pengembangan pasar perbankan syariah di Indonesia diakibatkan berbagai faktor utama diantaranya adalah permasalahan yang berkaitan dengan image, terbatasnya promosi dan komunikasi menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat akan bank syariah. Menindak lanjuti permasalahan pencitraan di masyarakat, bentuk komunikasi pemasaran yang dipilih adalah dengan mengadakan iB blogger Competition event yang dilakulom secara online dan diharapkan efek dari event ini adalah penyebaran pesan dengan jangkauan yang luas dan waktu yang relative lebih cepat melalui viral marketing yang diukur melalui audience reach, diffusion of speed dan peer-to-peer transmission. Metode komunikasi melalui viral marketing ini diharapkan terjadi sebagai salah satu solusi meningkatkan awareness masyarakat akan image perbankan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyebab viral marketing secara efektif dilakukan dengan penyebaran artikel lomba yang ditulis oleh peserta di iB Blogger Competition di social network, kemudian mereka membaca selalu artikel terbaru dan menyebarluaskan artikel yang dibaca pada orang lain. Image perbankan syariah yang ditangkap oleh responden adalah bank yang memiliki keunggulan sistem secara syariah yang berarti image perbankan syariah sebagai bank yang syariah dengan nilai keagamaan.

.....Delays in the development of Islamic banking market In Indonesia due to various /actions including the major problems associated with the image. limited promotion and lack of communication led to public understanding of Islamic banks. Follow-up imaging problems in society forms of marketing communication is selected by holding IB Blogger Competition even/ conducted online and the expected efficient of this event is to spread the message to reach a broad and relatively times faster through viral marketing, as measured by audience reach. diffusion of speed and peer-to-peer transmission. Methods of communication through viral marketing is expected to happen as one of the solutions will increase public awareness of sharia banking image. These results indicate that the spread of viral marketing effectively done by the spread of race articles written by participants in iB Blogger Competition in social networks. then they always read the latest articles and distribute articles for Others to read Islamic banking image can be used by the respondents is that banks have the advantage of a sharia system which means the image as the Islamic banking requirements of banks with religious values.