

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah membawa perubahan besar pada cara perusahaan memasarkan produknya. Perusahaan perbankan, seperti PT. Bank Neo Commerce, Tbk, yang telah beralih haluan menjadi bank digital dan melakukan sebagian besar dari upaya pemasarannya secara digital. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Neo Commerce, Tbk adalah dengan membuat dan memanfaatkan komunitas sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Komunitas memiliki pengaruh besar terhadap opini dan perilaku konsumen, dan dapat membantu PT. Bank Neo Commerce, Tbk memperluas jangkauan pasar dan membangun citra positif di mata konsumen. Adapun tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan program komunitas PT. Bank Neo Commerce, Tbk dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif bersifat eksploratif atau *discovery*, yang digunakan dalam penelitian untuk menggali objek secara mendalam sehingga dapat ditemukannya potensi, masalah, dan juga hipotesis.

Kata kunci: komunitas, perbankan, pemasaran digital