

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang komunikasi pemasaran terpadu dalam kampanye "Nabung *Crypto*" oleh Nobi, aplikasi investasi *crypto*. Mengacu pada delapan langkah dalam membangun komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), penelitian ini membahas bagaimana tim Nobi dapat memformulasi dan menjalankan komunikasi pemasaran secara efektif. Tentunya penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang bermanfaat dan dapat diimplementasikan Nobi, sebagai pelaksana kampanye pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data yang lebih rinci dari informan internal perusahaan. Informan dalam penelitian ini terdiri dari anggota Dewan Direksi (*Board of Directors*) dan beberapa karyawan di divisi pemasaran, khususnya yang terlibat langsung dalam penyusunan strategi dan implementasi komunikasi pemasaran dalam kampanye "Nabung *Crypto*".

Hasil penelitian akan berimplikasi kepada sebuah rencana komunikasi pemasaran yang efektif dalam kampanye "Nabung *Crypto*". Tentunya, rencana komunikasi pemasaran ini mengacu pada delapan Langkah dalam membangun komunikasi efektif dari Kotler dan Keller (2016).

Kata kunci: *integrated marketing communication, marketing campaign, brand awareness, effective communication, designing effective marketing communication, komunikasi pemasaran terpadu, kampanye pemasaran*

ABSTRACT

The aim of this research is to design an integrated marketing communication in the "Nabung Crypto" campaign by Nobi, a crypto investment application. Referring to the eight steps in building effective communication proposed by Kotler and Keller (2016), this research discusses how the Nobi team can formulate and execute marketing communication effectively. Certainly, this research also aims to provide useful and implementable recommendations for Nobi as the executor of the marketing campaign

The method used in this research is qualitative descriptive research, which aims to obtain more detailed information and data from internal company informants. The informants in this study consist of members of the Board of Directors and several employees in the marketing division, particularly those directly involved in the formulation of marketing communication strategies and implementation in the "Nabung Crypto" campaign.

The research findings will imply an effective marketing communication plan in the "Nabung Crypto" campaign. This marketing communication plan will, of course, refer to the eight steps in building effective communication by Kotler and Keller (2016).

Keywords: *integrated marketing communication, marketing campaign, brand awareness, effective communication, designing effective marketing communication, komunikasi pemasaran terpadu, kampanye pemasaran*