

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>1</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>4</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Lingkup Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1. Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Modern .....	13
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	15
2.1.3 Model Proses Komunikasi .....	19
2.2. Mengembangkan Komunikasi yang Efektif .....	24
2.2.1. Mengidentifikasi Calon Konsumen Sasaran .....	25
2.2.2. Menentukan Tujuan Komunikasi .....	26
2.2.3. Mendesain Komunikasi .....	27
2.2.4. Memilih Saluran Komunikasi .....	32
2.2.5. Menentukan Anggaran Komunikasi.....	34
2.2.6. Menentukan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	36
2.2.7. Mengukur Keberhasilan Komunikasi.....	41



2.2.8. Mengelola Komunikasi .....	43
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu .....	44
2.4. Kerangka Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1. Desain Penelitian .....	49
3.2. Jenis Data .....	50
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.4. Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	53
3.5. Metode Analisis Data .....	55
<b>BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1. Profil Perusahaan.....	58
4.2. Profil Narasumber .....	58
4.3. Analisis Hasil Penelitian .....	60
4.3.1. Mengidentifikasi Calon Konsumen .....	61
4.3.2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	66
4.3.3. Merancang Komunikasi .....	68
4.3.4. Memilih Saluran Komunikasi .....	72
4.3.5. Menentukan Anggaran Komunikasi .....	74
4.3.6. Menentukan Bauran Media .....	77
4.3.7. Mengukur Hasil Komunikasi .....	80
4.3.8. Mengelola Komunikasi Pemasaran Terpadu. ....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.1. Pengukuran Efektivitas Saluran Komunikasi .....	90
5.2.2. Menerapkan A/B Testing .....	90
5.2.3. Meningkatkan Interaksi Melalui Media Komunikasi .....	91
5.2.4. Memperkuat Strategi <i>Influencer Marketing</i> .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Investor Crypto di Nobi .....	3
Tabel 2.1 Karakteristik Bauran Komunikasi Pemasaran .....	37
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	53
Tabel 4.1 Target Audiens.....	65
Tabel 5.1 Tahap Pengambilan Keputusan Investor .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komunikasi Pemasaran Membangun Ekuitas Merek .....	18
Gambar 2.2 Elemen dalam Proses Komunikasi.....	20
Gambar 2.3 <i>Hierarchy-of-Effects Model</i> .....	21
Gambar 2.4 Langkah Membangun Komunikasi Efektif .....	25
Gambar 2.5 <i>Stages of Buyer Readiness</i> .....	41
Gambar 2.6 <i>Current Consumer States for Two Brands (Feedback Measurement)</i>	43
Gambar 2.7 Kerangka Penelitian .....	48
Gambar 3.1 <i>Interactive Model on Qualitative Research</i> .....	55