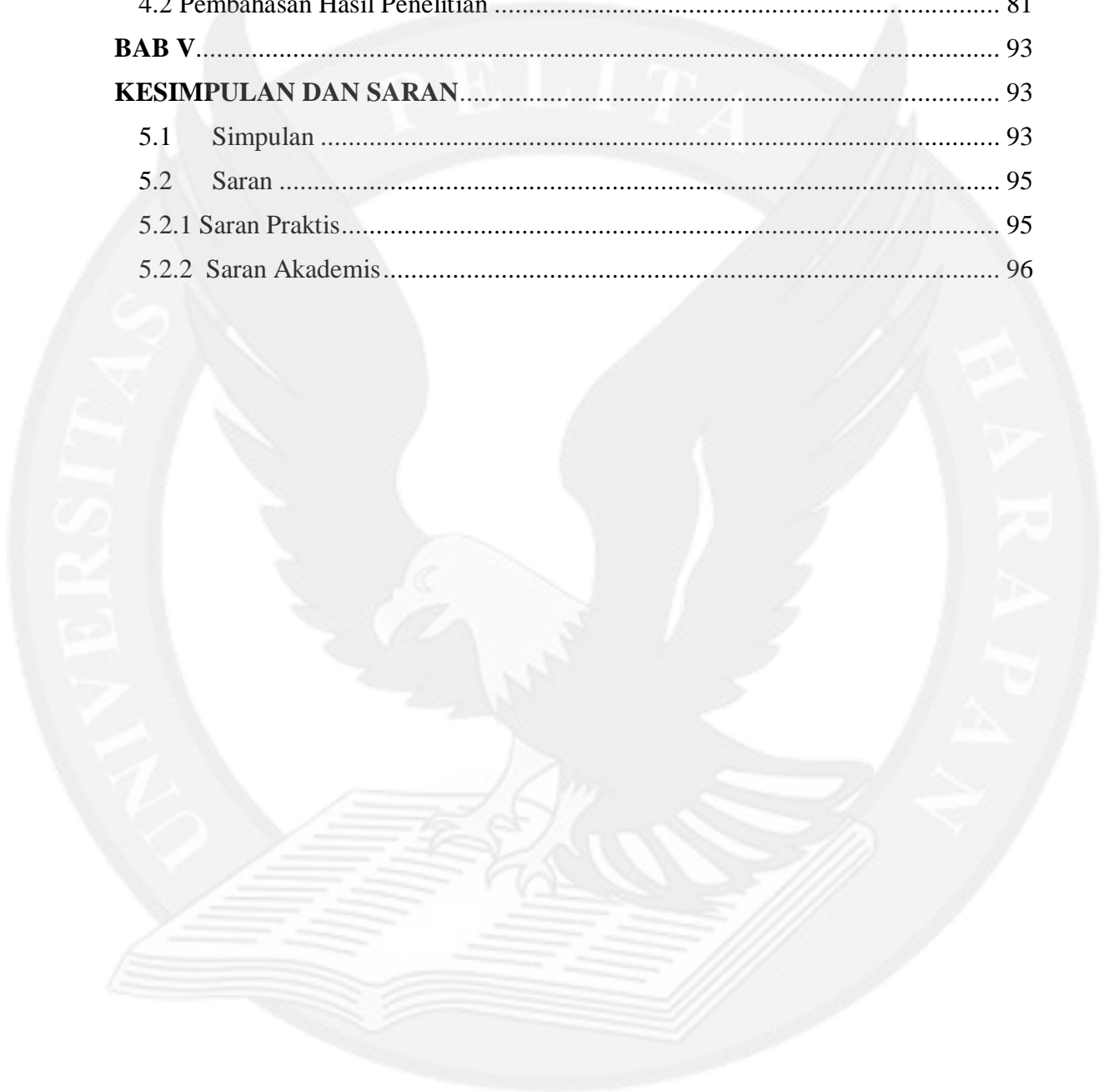


## DAFTAR ISI

<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah/Fokus Penelitian .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Signifikansi Penelitian .....	8
<b>1.5.1 Manfaat Akademis.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.2 Manfaat Sosial/Praktis .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II Kerangka Pemikiran Teoritis .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	10
2.1.1 <i>New Media</i> .....	10
2.1.2 <i>Marketing Communication</i> .....	11
2.1.3 Digital Marketing .....	20
2.1.4 Content Digital Marketing .....	23
2.1.5 Analisis Lingkungan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis ( <i>Theoretical Framework</i> ) .....	55
<b>BAB III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>57</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	57
3.2 Metode Penelitian .....	58
3.3 Sumber Dan Pengambilan Data.....	58
3.4 Obyek Penelitian.....	59

3.5	Keabsahan Penelitian .....	60
3.6	Teknik Analisa Data .....	60
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>		<b>62</b>
4.1	Hasil Penelitian Wawancara .....	62
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
<b>BAB V .....</b>		<b>93</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>93</b>
5.1	Simpulan .....	93
5.2	Saran .....	95
5.2.1	Saran Praktis .....	95
5.2.2	Saran Akademis .....	96





**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	45
--------------------------------------	----

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	56
-------------------------------------	----

Lampiran

### **Pertanyaan Wawancara**

#### **Identify target audience (Identifikasi target pelanggan)**

1. Bagaimana marketer EzyPolis menentukan target nasabah untuk penjualan Asuransi secara digital di media website [www.EzyPolis.com](http://www.EzyPolis.com)?

#### **Set The Communications Objectives (Menentukan tujuan komunikasi)**

2. Bagaimana cara menentukan kebutuhan nasabah untuk penjualan Asuransi secara digital di media website [www.EzyPolis.com](http://www.EzyPolis.com)?
3. Bagaimana cara membangun kesadaran nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?
4. Bagaimana cara membangun sikap terhadap nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?
5. Bagaimana cara mempengaruhi nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?

#### **Design The Communications (Merancang/merumuskan komunikasi)**

6. Apa yang membuat daya tarik nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?

7. Bagaimana cara mengomunikasikan daya tarik Asuransi EzyPolis yang ingin di sampaikan?
8. Siapa saja yang dapat mengomunikasikan daya tarik Asuransi EzyPolis kepada nasabah ?

**Select The Communication Channels (Memilih/menentukan saluran komunikasi)**

9. Bagaimana Asuransi EzyPolis menjangkau calon pengunjung dan apa alasannya ?

**Establish Budget (Menentukan anggaran)**

10. Bagaimana cara menentukan anggaran untuk komunikasi pemasaran pada Asuransi EzyPolis?

**Decide on Media Mix (Menentukan bauran media)**

11. Bagaimana cara menentukan bauran media komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis?

**Measure Results (Mengukur Hasil)**

12. Bagaimana cara mengevaluasi hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis ?
13. Bagaimana cara mengukur keberhasilan komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis?

**Manage Integrated Marketing Communications (Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu)**

14. Apakah ada kendala dalam menjalankan komunikasi pemasaran khususnya pemasaran secara digital?
15. Apakah ada manfaat khusus yang dirasakan dalam menerapkan komunikasi pemasaran secara digital?
16. Apakah ada evaluasi dan perbaikan yang perlu dilakukan dalam pemasaran digital ?

### Transkrip Wawancara

1. Bagaimana marketer EzyPolis menentukan target nasabah untuk penjualan Asuransi secara digital di media website [www.EzyPolis.com](http://www.EzyPolis.com)?
2. Bagaimana cara menentukan kebutuhan nasabah untuk penjualan Asuransi secara digital di media website [www.EzyPolis.com](http://www.EzyPolis.com)?
3. Bagaimana cara membangun kesadaran nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?
4. Bagaimana cara membangun sikap terhadap nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?
5. Apa yang membuat daya tarik nasabah untuk bergabung dengan Asuransi EzyPolis?
6. Bagaimana cara mengomunikasikan daya tarik Asuransi EzyPolis yang ingin di sampaikan?

7. Siapa saja yang dapat mengomunikasikan daya tarik Asuransi EzyPolis kepada nasabah ?
8. Bagaimana Asuransi EzyPolis menjangkau calon nasabah dan apa alasannya ?
9. Bagaimana cara menentukan anggaran untuk komunikasi pemasaran pada Asuransi EzyPolis?
10. Bagaimana cara menentukan bauran media komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis?
11. Bagaimana cara mengevaluasi hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis ?
12. Bagaimana cara mengukur keberhasilan komunikasi pemasaran yang digunakan pada Asuransi EzyPolis?