

# MERANCANG AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MEREK DI ERA DIGITAL

Indra Novianto Adibayu Pamungkas, Nafiah Ariyani, Martha Tri Lestari

Transformasi digital telah mengubah cara kita berinteraksi dengan merek, menuntut para pemasar untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pendekatan mereka. Buku "*Merancang Aktivitas Komunikasi Pemasaran Merek Di Era Digital*" adalah panduan esensial yang membantu Anda memahami berbagai aspek komunikasi pemasaran di era modern. Penulis memulai dengan analisis pasar yang komprehensif, termasuk 12Ps yang mencakup segala sesuatu dari produk hingga pembayaran.

Buku ini juga menjelaskan teknik-teknik pemasaran digital seperti penggunaan media sosial dan Word of Mouth (WOM) untuk mencapai engagement yang lebih tinggi. Dengan contoh-contoh nyata dan latihan praktik, pembaca diajak untuk memahami cara mengukur efektivitas kampanye melalui metrik seperti Return of Investment (ROI) dan Return of Engagement (ROE). Tidak hanya itu, buku ini memberikan panduan dalam mengelola isu dan krisis komunikasi di era informasi digital. Jangan lewatkan kesempatan untuk memperkaya pengetahuan Anda dalam strategi komunikasi pemasaran digital dan membawa merek Anda ke level berikutnya!



Tel-U Press - Anggota IKAPI Jabar  
Bandung Technoplex Jln. Telekomunikasi no.1  
Bandung 40257  
e-mail: [telupress@telkomuniversity.ac.id](mailto:telupress@telkomuniversity.ac.id)  
<https://telupress.telkomuniversity.ac.id>



# MERANCANG AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MEREK DI ERA DIGITAL



Indra Novianto Adibayu Pamungkas  
Nafiah Ariyani  
Martha Tri Lestari

Tel-U  
Press

MERANCANG AKTIVITAS KOMUNIKASI  
PEMASARAN MEREK DI ERA DIGITAL

Indra Novianto Adibayu Pamungkas,  
Nafiah Ariyani, Martha Tri Lestari