



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Susuka Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Susuka Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II     KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR.....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Teori .....	7
1. Perencanaan.....	7
1.1 Jenis Perencanaan.....	9
1.2 Syarat-syarat Perencanaan.....	9
1.3 Fungsi Perencanaan.....	10
2. Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	16
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	21
3. Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	25
4. Pengertian <i>Brand</i> .....	29



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1	Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	31
4.2	Peran <i>Brand Awareness</i> .....	33
4.3	Upaya Meraih <i>Brand Awareness</i> .....	34
B.	Kajian Terdahulu.....	35
C.	Kerangka Pikir .....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
B.	Lokasi Penelitian.....	42
C.	Sumber Data .....	42
D.	Informan Penelitian .....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	43
F.	Validitas Data.....	44
G.	Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A.	Sejarah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru .....	47
B.	Logo PT. Bank BNI Syariah .....	48
C.	Perubahan Logo PT. Bank BNI Syariah .....	49
D.	Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah.....	49
E.	Budaya PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru ...	50
F.	Produk PT. Bank BNI Syariah.....	51
	1) Produk Dana.....	51
	2) Pembiayaan.....	52
	3) Produk Jasa dan Layanan.....	53



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Pekanbaru.....	55
H. Uraian Tugas Bagian/Unit Kerja PT. Bank BNI Syariah.....	56
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
A. Hasil Penelitian .....	61
1. Identitas Informan.....	61
2. Deskriptif Hasil penelitian.....	62
a. Mengidentifikasi Audiens Sasaran.....	62
b. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	64
c. Merancang Komunikasi.....	65
d. Memilih Saluran Komunikasi.....	67
e. Menentukan Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	69
f. Memutuskan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	70
g. Mengimplementasi Bauran Komunikasi Pemasaran....	71
h. Mengumpulkan Umpan balik.....	82
B. Pembahasan .....	83
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Brand Awareness.....	83
a. Mengidentifikasi Audiens Sasaran.....	85
b. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	86
c. Merancang Komunikasi.....	87
d. Memilih Saluran Komunikasi .....	88
e. Menentukan Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	89
f. Memutuskan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	89



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Mengimplementasikan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	90
h. Mengumpulkan Umpan Balik.....	97

<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	101

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**