

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Tahapan Penelitian.....	10
1.7 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	14
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication)	20
2.1.4.1 IMC pada Organisasi Nirlaba (Non-profit Organisation)	21
2.1.4.2 Konsep Dasar Program IMC	22
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III	43
METODE PENELITIAN.....	43

3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.3.1 Subjek Penelitian.....	45
3.3.2 Objek Penelitian	45
3.4 Unit Analisis Data.....	46
3.5 Informan Penelitian.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.1 Data Primer	49
3.6.1.1 Observasi.....	49
3.6.1.2 Wawancara	49
3.6.2 Data Sekunder	51
3.6.3 Studi Dokumentasi.....	52
3.6.4 Studi Literatur	52
3.6.5 Skripsi dan Jurnal.....	52
3.6.6 Internet Searching	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.8 Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Karakteristik Informan.....	56
4.1.1 Profil Informan Kunci.....	56
4.1.2 Profil Informan Pendukung.....	57
4.1.3 Profil Informan Ahli.....	58
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Perencanaan	59
4.2.2 Implementasi	108
4.2.3 Evaluasi.....	127
4.2 Pembahasan.....	151
4.3.1 Perencanaan Strategi IMC pada MIKTI dalam Mempromosikan Program DukungGuru Digital	152
4.3.1.1 Penggalan Data dan Analisis Situasi SWOT	154
4.3.1.2 Penentuan Tujuan.....	156

4.3.1.3 Penentuan Segmentasi dan Target Market.....	157
4.3.1.4 Formulasi Strategi dan Taktik Komunikasi	160
4.3.1.5 Perencanaan Personel.....	163
4.3.1.6 Penentuan Anggaran	165
4.3.2 Implementasi Strategi IMC pada MIKTI dalam Mempromosikan ProgramDukung Guru Digital.....	166
4.3.3 Evaluasi Strategi IMC pada MIKTI dalam Mempromosikan Program DukungGuru Digital	173
BAB V	180
SIMPULAN DAN SARAN	180
5.1 Kesimpulan	180
5.2 Saran Akademik.....	181
5.3 Saran Praktis	181
SUMBER PUSTAKA.....	183
LAMPIRAN.....	186
LAMPIRAN 1: TRANSKIP WAWANCARA.....	186
LAMPIRAN 2: INFORMAN PENELITIAN.....	229
LAMPIRAN 3: DATA-DATA HASIL OBSERVASI DAN DOKUMENTASI.....	231