

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Pertanyaan Penelitian	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	19
2.2. Pemasaran Sektor Publik	20

2.3.	Pemasaran Sosial	22
2.3.1.	Pengertian	22
2.3.2.	Bauran Pemasaran.....	23
2.4.	Monitoring Implementasi Pemasaran Sosial	35
2.5.	Adaptasi Kebiasaan Baru (<i>New Normal</i>)	38
2.6.	Kerangka Berpikir	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Jenis Penelitian	41
3.2.	Lokasi Penelitian	42
3.3.	Sumber Data	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.	Teknik Analisis Data	47
BAB IV DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN		50
4.1.	Kalurahan Bawuran	50
4.2.	Wisata Puncak Sosok	51
4.3.	Pengelola Wisata Puncak Sosok	57
4.4.	Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-19 di Puncak Sosok...	58
4.5.	Program Kampanye Protokol Kesehatan di Puncak Sosok.....	60
BAB V MONITORING PROGRAM KAMPANYE PROTOKOL KESEHATAN COVID-19 DARI PERSPEKTIF PEMASARAN SOSIAL ..		62
5.1.	<i>Product</i> (Produk)	63

5.2.	<i>Price</i> (Harga)	81
5.3.	<i>Place</i> (Tempat / Saluran Distribusi)	91
5.4.	<i>Promotion</i> (Promosi)	97
5.5.	<i>Policy</i> (Kebijakan Pendukung)	107
5.6.	<i>Partnership</i> (Kemitraan)	112
BAB VI PENUTUP		128
6.1.	Kesimpulan	128
6.2.	Saran	132
DAFTAR PUSTAKA		137
LAMPIRAN		144