

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR .....	5
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
BAB I.....	8
PENDAHULUAN .....	8
A. Latar Belakang.....	8
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kebaruan Penelitian.....	13
F. Sistematika Pembagian Bab .....	19
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA .....	20
G. Kerangka Teori.....	20
G.1 Komunikasi dalam Pemasaran Sosial.....	20
G.2 Kampanye sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Sosial.....	27
G.3 Komunikasi Pemasaran Sosial pada Organisasi Nirlaba.....	30
H. Model Penelitian.....	31
I. Konseptualisasi dan Diagram Konseptualisasi.....	32
METODOLOGI.....	33
J. Paradigma dan Jenis Penelitian .....	33
K. Metode Penelitian.....	33
L. Subjek Penelitian .....	34
M. Teknik Pengumpulan Data .....	35
N. Analisis Data .....	36
O. Limitasi Penelitian.....	37

BAB IV .....	38
TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....	38
P. Kampanye <i>Online Learning Assistance</i> sebagai bagian Program Sekolah Sungai oleh Project Child Indonesia .....	38
Q. Komunikasi Pemasaran Sosial Kampanye <i>Online Learning Assistance</i> ....	39
Q.1 Analisis Situasi .....	39
Q.2 Objektif .....	43
Q.3 Saluran Komunikasi ( <i>Communication Pathaway</i> ) .....	45
Q.3.1 Pesan .....	45
Q.3.2 Saluran Kampanye .....	47
Q.4 Implementasi.....	47
Q.4.1 Biaya .....	47
Q.4.2 Pengelolaan Agenda.....	48
Q.4.3 Sumber Daya Manusia .....	49
Q.5 Evaluasi.....	50
R. Pembahasan Kampanye Komunikasi Pemasaran Sosial <i>Online Learning Assistance</i> .....	50
BAB V .....	52
PENUTUP.....	52
S. Kesimpulan.....	52
T. Rekomendasi .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	55
LAMPIRAN.....	60