

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Tinjauan Kepustakaan .....	6
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Komunikasi.....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	11
2.1.2 Fungsi Komunikasi .....	13
2.1.3. Gangguan Komunikasi.....	14
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.3 Proses Komunikasi Pemasaran .....	16
2.3 Pemasaran Sosial .....	17
2.3.1 Elemen Pemasaran Sosial .....	18
2.3.2 Tahapan Pelaksanaan Pemasaran Sosial .....	22

2.3.3 Saluran Kampanye Pemasaran Sosial .....	23
2.4 Kearifan Lokal .....	26
2.5 Non-Profit Organization .....	28
2.6 Konseptualiasi .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	30
3.2 Tipe Penelitian .....	30
3.3 Sampel Penelitian .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.1 Wawancara .....	32
3.4.2 Dokumentasi .....	32
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	33
3.5.1 Reduksi Data .....	33
3.5.2 Penyajian Data .....	33
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	34
3.5.4 Kesimpulan Akhir .....	34
3.6 Analisis Data.....	34
3.7 Limitasi Penelitian.....	35
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Studi Pendahuluan .....	37
4.2 Hasil Studi Primer & Studi Sekunder.....	38
4.2.1 Komunikasi .....	39
4.2.2 Fungsi Komunikasi .....	48
4.2.3 Gangguan Komunikasi.....	50
4.2.4 Komunikasi Pemasaran.....	51
4.2.5 Pemasaran Sosial.....	54
4.2.6 Tahapan Pemasaran Sosial.....	63
4.2.7 Kearifan Lokal .....	66
4.2.8 Non-Profit Organization.....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	71

5.2 Saran & Rekomendasi .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73