

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	vii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
D.1. Bagi Penulis	6
D.2. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi	7
D.3. Bagi Pihak YKAKI.....	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Pemikiran.....	8
F.1. Konsep Pemasaran Sosial	8
F.2. Perencanaan komunikasi pemasaran sosial	11
F.3. Tinjauan Kampanye dan Persuasi.....	15
F.4. Pemasaran dalam organisasi nirlaba	22
G. Model Penelitian.....	23
H. Metodologi Penelitian	25
H.1. Jenis Penelitian	25
H.2. Metode Penelitian	25
H.3. Objek Penelitian.....	26
H.4. Subjek Penelitian	27
H.5. Lokasi dan durasi penelitian	27
H.6. Teknik Pengumpulan Data	27
H.7. Teknik Analisis Data	29
H.8. Validitas Data	30
BAB II TINJAUAN UMUM PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL DAN KAMPANYE	31
A. Perencanaan Program Komunikasi	31
B. Pemasaran Sosial	33
B.1. Produk.....	36
B.2. Promotion	38
B.3. Place/distribution	43

B.4.	Price	44
C.	Kampanye sebagai bentuk aksi nyata pemasaran sosial	46
C.1.	Pesan sebagai Sumber Kampanye	47
C.2.	Saluran komunikasi kampanye	48
BAB III GAMBARAN UMUM YAYASAN KASIH ANAK KANKER INDONESIA		50
A.	Sekilas tentang Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia.....	50
A.1.	Logo YKAKI.....	50
A.2.	Visi dan Misi.....	51
A.3.	Legalitas YKAKI.....	52
A.4.	Struktur Organisasi YKAKI	53
B.	Program YKAKI Peduli	54
B.1.	Rumah Kita.....	54
B.2.	Sekolah-Ku	58
B.3.	Sosialisasi dan edukasi kanker pada anak	60
B.4.	Donasi @ksi 10.000 “ <i>Helping more</i> ”	62
B.5.	Sumbangan in-natura dan Teledonasi.....	65
C.	Mitra kerja dan sponsor YKAKI.....	67
D.	Lawan kanker pada anak sebagai pesan utama kampanye BG-LKPA ...	69
D.1.	Langkah pencegahan dini	71
D.2.	Dukungan terhadap pasien kanker.....	73
BAB IV HASIL TEMUAN DAN ANALISIS PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL PADA PROGRAM KAMPANYE AKSI BERANI GUNDUL – LAWAN KANKER PADA ANAK 2017.....		75
A.	Program Kampanye Aksi Berani Gundul – Lawan Kanker pada Anak 2017	75
B.	Perencanaan Komunikasi Pemasaran Sosial Program Kampanye BG-LKPA 2017.....	77
B.1.	Situation Analysis	78
B.2.	<i>Objective</i> / Tujuan.....	83
B.3.	Strategy	86
B.4.	Tactics.....	88
B.5.	Action Plan	99
B.6.	Control	105
C.	Analisis perencanaan komunikasi pemasaran sosial pada Kampanye BG-LKPA berdasarkan elemen penentu keberhasilan dan kegagalan kampanye ..	106
BAB V PENUTUP.....		114
A.	Kesimpulan.....	114
B.	Saran	116
B.1.	Saran Praktis	116
B.2.	Saran Akademis	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		124

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 2.1. The Four P Components of the Marketing Mix (Kotler, 2004)	35
Gambar 2.2. 7 P Menurut Kotler (Pudjiastuti,2016)	35
Gambar 2.3. Tipe produk sosial menurut Kotler (1989)	37
Gambar 2.4. Model proses komunikasi pemasaran sosial	39
Gambar 2.5. Metode promosi pendekatan langsung	41
Gambar 2.6. <i>Selective communication</i> dan karakteristiknya	42
Gambar 3.1 Lambang YKAKI	51
Gambar 3.2 Struktur Organisasi YKAKI	54
Gambar 3.3 Rumah Kita YKAKI	55
Gambar 3.4 Ruang belajar di Rumah Kita	56
Gambar 3.5 Kegiatan belajar Sekolah-Ku	59
Gambar 3.6 Selebaran tentang pengenalan penyakit kanker anak	61
Gambar 3.7 Donasi @ksi 10.000	65
Gambar 3.8 Distribusi kanker anak di RS Dharmais tahun 2006-2014	69
Gambar 4.1 Poster Kampanye Berani Gundul	89
Gambar 4.2 Tampilan poster donasi Berani Gundul Kitabisa.com	93
Gambar 4.3 Tampilan akun promosi Kampanye BG-LKPA	95
Gambar 4.4 Aksi Berani Gundul dan sosialisasi edukasi	98
Gambar 4.5 Aktifitas pada <i>stand</i> donasi	104
Tabel 1.1. Jumlah Pasien Kanker Rumah Kita YKAKI	5
Tabel 1.2. Perbedaan pemasaran sosial dengan pemasaran komersial	9
Tabel 1.3. Konsep Penelitian	15
Tabel 1.4. Elemen penentu keberhasilan dan kegagalan kampanye sosial	17
Tabel 1.5. Tipe kampanye berdasarkan tujuan	18
Tabel 1.6. Nama dan Kriteria Informan Penelitian	28
Tabel 3.1. Legalitas YKAKI	52
Tabel 3.2. Program penawaran teledonasi	66
Tabel 3.3 Mitra kerjasama dan Sponsor YKAKI	67

Tabel 4.1 Jadwal pelaksanaan BG-LKPA 2017.....	75
Tabel 4.3. Paket Sponsorship.....	100
Tabel 4.4. Donasi tunai YKAKI tahun 2017.....	106