

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTARG BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Pemikiran	5
1. Komunikasi Pemasaran	5
2. Komunikasi pemasaran dalam Lembaga Pendidikan.....	14
3. Pendidikan Alternatif	19
F. Kerangka Konsep	21
G. Metodologi Penelitian	22
1. Metode Penelitian.....	22
2. Teknik Analisis Data.....	24
BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM LAYANAN JASA	
PENDIDIKAN	26
A. Dinamika Dunia Pemasaran	26
1. Sejarah Perkembangan Konsep Pemasaran.....	26
2. Pemasaran Layanan Jasa dan Nirlaba	28
B. Dinamika pemasaran lembaga pendidikan	31
C. Praktik Pemasaran Lembaga Pendidikan	41
D. Pendidikan Alternatif	51

BAB III MENGENAL SANGGAR ANAK ALAM.....	55
A. Babad Sanggar Anak Alam.....	55
B. Visi dan Misi Sanggar Anak Alam.....	58
C. Struktur Organisasi	59
D. Program dan Kegiatan Sanggar Anak Alam.....	60
E. Konsep Belajar Sanggar Anak Alam.....	64
F. Kurikulum Sanggar Anak Alam	65
G. Fasilitas Belajar	66
BAB IV PRAKTEK KOMUNIKASI PEMASARAN SANGGAR ANAK ALAM	
.....	72
A. Praktek Komunikasi Pemasaran Sanggar Anak Alam	73
1. <i>Product</i>	74
2. <i>Price</i>	76
3. <i>Place</i>	77
4. <i>People</i>	77
5. <i>Promotion</i>	78
6. <i>Process</i>	79
7. <i>Physical Evidence</i>	79
B. Implementasi <i>Promotion Mix</i> Sanggar Anak Alam.....	80
1. <i>Interactive/Internet Marketing</i>	81
2. <i>Public Relation</i>	88
3. <i>Event Marketing</i>	90
4. <i>Publisitas</i>	96
5. <i>Personal Selling</i>	99
6. <i>Word of Mouth</i>	101
C. Pembahasan dan Temuan	104
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115