

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Daftar Isi	vii
BAB 1	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Strategi Pemasaran Sosial	13
2.1.1. Strategi Bauran Pemasaran	17
2.1.2. Strategi Kemitraan	26
2.2. Partisipasi Masyarakat	34
2.3. Program Rehabilitasi Mangrove	37
2.4. Kerangka Berpikir	39
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	41

3.2. Lokasi Penelitian	41
3.3. Metode Pengumpulan Data	42
3.4. Teknik Validasi Data	44
3.5. Teknik Analisis Data	45
LAMPIRAN: Pedoman Wawancara	48
BAB IV	
PROFIL	
4.1. Latar Belakang Pembentukan Program	49
4.2. Profil Kawasan Pesisir Kota Semarang	53
BAB V	
PEMBAHASAN	
5.1. Strategi Pemasaran Sosial Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Semarang dalam Program Rehabilitasi Mangrove	56
5.1.1. Produk	58
5.1.2. Harga	64
5.1.3. Tempat	66
5.1.4. Promosi	69
5.2. Bentuk Partisipasi Masyarakat Pesisir	73
5.3. Hambatan dalam Program Rehabilitasi Mangrove	77
BAB VI	
KESIMPULAN	
6.1. Kesimpulan	78
6.2. Saran	79

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Tingkat Kerusakan Pesisir Kota Semarang Akibat Abrasi Sepanjang Tahun 1991-2009	3
Tabel 1.2. Luas Lahan Mangrove Per Kecamatan Pesisir Kota Semarang Tahun 2010	8
Tabel 1.3. Luas Lahan Mangrove Per Kecamatan Pesisir Kota Semarang Tahun 2015	9
Tabel 2.1. Contoh Tingkat Produk dalam Sektor Publik	20
Tabel 3.1. Informan dalam Wawancara	43
Tabel 3.2. Panduan Observasi	44
Tabel 4.1. Organisasi Anggota KKMKS	49
Tabel 4.2. Penetapan Kawasan Pantai Berhutan Mangrove di Kota Semarang	54