

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Penelitian .....	5
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Perusahaan .....	7
2.2. Visi, Misi dan <i>Values</i> Perusahaan .....	8
2.2.1. Visi .....	8
2.2.2. Misi .....	8
2.2.3. <i>Values</i> .....	9
2.3. Lingkup Bidang Usaha .....	11
2.4. Sumber Daya .....	12
2.4.1. Fasilitas .....	12
2.4.2. Keuangan .....	12
2.5. Tantangan Bisnis .....	13
2.6. Proses Bisnis .....	14
<b>BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOKARYA AKHIR</b>	
3.1. Kajian Pustaka .....	15
3.1.1. Pengertian Promosi .....	15
3.1.2. Alat Promosi .....	19
3.1.3. <i>Launching</i> Produk .....	21
3.1.4. Target Market .....	22
3.1.5. Desain Komunikasi Visual .....	23
3.2. Merancang Strategi Bauran Komunikasi dan Promosi .....	25
3.3. <i>The Communication Process</i> (Proses Komunikasi).....	26
3.4. <i>Steps in Developing Effective Communication</i> (Tahap-Tahap Membentuk Komunikasi yang Efektif) .....	26

3.4.1. Mengidentifikasi Target Pendengar .....	26
3.4.2. Menentukan Tujuan Komunikasi .....	27
3.4.3. Merancang Pesan .....	30
3.4.4. Memilih Saluran Komunikasi .....	33
3.4.5. Membuat Anggaran Total untuk Promosi .....	34
3.4.6. Menetapkan Bauran Promosi .....	35
3.4.7. Mengukur Hasil Promosi .....	39
3.4.8. Mengorganisasi dan Mengelola Komunikasi Pemasaran yang Terintegrasi .....	40
3.5. Perilaku Konsumen Indonesia .....	40
3.6. Strategi Pemasaran .....	42

#### **BAB IV METODE Riset**

4.1. Pengumpulan Informasi .....	45
4.1.1 FGD ( <i>Focus Grup Discussion</i> ) .....	45
4.1.2 Wawancara dengan Departemen dan Pihak Terkait .	47
4.1.3 Data Sekunder .....	47
4.1.4 Literatur .....	47
4.1.5 Jurnal .....	47
4.1.6 Observasi yang di lakukan di pasar .....	47
4.2. Populasi .....	51

#### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1. Profil Responden .....	53
5.2. Faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mencari informasi pendidikan .....	54
A. <i>Commercial Cue</i> .....	54
B. <i>Psysical Cue</i> .....	57
C. <i>Social Cue</i> .....	59
5.3. Masalah yang muncul saat mencari informasi pendidikan...	60
5.4. Media apa saja yang umumnya digunakan konsumen dalam mencari informasi pendidikan.....	62
A. PERS .....	62
B. TV .....	63
C. RADIO .....	65
D. IKLAN LUAR RUANGAN .....	67
E. INTERNET .....	68
5.5. Media yang menjadi pilihan konsumen dalam mencari informasi pendidikan .....	70
5.6. Sejauh mana konsumen pencari informasi pendidikan Mengetahui internet .....	71
A. Internal .....	71
B. Produk .....	73
C. Pemakaian .....	73
D. <i>Brand</i> .....	74

5.7. Strategi Promosi dalam mengembangkan website kliksekolah.com .....	75
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
A. Kesimpulan .....	91
B. Rekomendasi .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b> .....	95
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	113

