

HALAMAN PERSETUJUAN

ABSTRAK

Global Peace Festival Indonesian Foundation (GPFIF) merupakan salah satu organisasi yang berupaya untuk melahirkan pemuda yang memiliki nilai-nilai untuk menjadi pemimpin serta wirausahawan sosial yang inovatif dan bermoral. Berdasarkan tujuan tersebut, dibentuklah Global Peace Volunteer (GPV) Indonesia sebagai *platform* bagi pemuda Indonesia untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa upaya telah dilakukan GPFIF untuk mempromosikan wirausaha sosial kepada pemuda Indonesia khususnya GPV. Namun kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang telah dilaksanakan oleh GPFIF tersebut belum menghasilkan banyak wirausahawan sosial dari GPV. Dilihat dari latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melihat sejauh mana pengaruh kegiatan komunikasi pemasaran terpadu terhadap pengetahuan GPV serta pengaruhnya terhadap respon menjadi wirausahawan sosial.

Dari hasil penelitian menggunakan analisis jalur, didapat pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap pengetahuan GPV secara simultan dan parsial. Dimana pengaruh komunikasi pemasaran terpadu secara simultan terhadap pengetahuan ciri/karakter GPFIF sebesar 39,4%, terhadap pengetahuan konsekuensi/manfaat sebesar 59,2%, dan terhadap pengetahuan nilai yang akan dipuaskan GPFIF sebesar 56,2%. Sementara pengaruh simultan pengetahuan GPV terhadap respon menjadi wirausahawan sosial sebesar 54,5%.

Secara parsial, komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan ciri/karakter GPFIF adalah iklan sebesar 16,3% dan penjualan pribadi sebesar 18,4%, terhadap konsekuensi/manfaat positif mengikuti GPFIF adalah iklan sebesar 12%, hubungan masyarakat sebesar 34,5%, dan penjualan pribadi sebesar 10,9%, serta terhadap nilai yang akan dipuaskan GPFIF adalah iklan sebesar 15,3%, acara khusus sebesar 14%, dan hubungan masyarakat sebesar 25,8%. Sementara pengetahuan GPV yang berpengaruh terhadap respon menjadi wirausahawan sosial adalah pengetahuan GPV mengenai ciri/karakter GPFIF sebesar 9,1% dan nilai yang akan dipuaskan GPFIF sebesar 9,7%.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pengetahuan GPV, Respon Menjadi Wirausahawan Sosial, Analisis Jalur.