

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
RIWAYAT HIDUP	xi
MOTTO HIDUP	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Penelitian Yang Relevan.....	9
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	9
1.6 Landasan Teoritis	17
1.6.1 Model Kampanye Leon Osteergard	17
1.7 Landasan Konseptual.....	18
1.7.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	19
1.7.2 Sosialisasi.....	20
1.7.3 Aplikasi.....	21
1.8 Langkah-Langkah Penelitian	22
1.8.1 Lokasi Penelitian.....	22

1.8.2	Paradigma dan Pendekatan	22
1.8.3	Metode Penelitian	24
1.9	Jenis Data dan Sumber Data	24
1.9.1	Jenis Data	24
1.9.2	Sumber Data.....	25
1.10	Teknik Pemilihan Informan.....	25
1.11	Teknik Pengumpulan Data	26
1.11.1	Wawancara Mendalam.....	26
1.11.2	Observasi Partisipasi	27
1.11.3	Dokumentasi.....	27
1.12	Teknik Analisis Data.....	27
1.13	Rencana Jadwal Penelitian	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA		31
2.1	Kampanye <i>Public Relations</i>	31
2.1.1	Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	34
2.1.2	Jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	35
2.1.3	Saluran Kampanye <i>Public Relations</i>	36
2.1.4	Strategi Kampanye <i>Public Relations</i>	38
2.1.5	Pesan Kampanye <i>Public Relations</i>	39
2.1.6	Sasaran Kampanye <i>Public Relations</i>	41
2.1.7	Faktor Keberhasilan Kampanye <i>Public Relations</i>	42
2.1.8	Faktor Penghambat Kampanye <i>Public Relations</i>	44
2.2	Sosialisasi	45
2.2.1	Pengertian Sosialisasi	45
2.2.2	Jenis-Jenis Sosialisasi	47
2.2.3	Fungsi Sosialisasi	48
2.3	Aplikasi	49
2.3.1	Pengertian Aplikasi.....	49
2.4	Model Kampanye Ostergaard	50
2.4.1	Tahap Identifikasi Masalah (Pra Kampanye).....	51
2.4.2	Tahap Pengelolaan Kampanye.....	52
2.4.3	Tahap Evaluasi Kampanye.....	53
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55

3.1 Gambaran Umum Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung.....	55
3.1.1 Profil Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung.....	55
3.1.2 Logo Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung.....	57
3.1.3 Visi dan Misi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung	58
3.1.4 Struktur Organisasi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung	59
3.1.5 Tugas dan Fungsi Pokok Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kota Bandung	61
3.2 Aplikasi Elektronik Siap Nikah dan Hamil.....	62
3.2.1 Profil Informan	63
3.3 Hasil Penelitian	65
3.3.1 Pemilihan Tema Sosialisasi Aplikasi Elektronik Siap Nikah dan Hamil.....	67
3.3.2 Pemilihan Media yang digunakan untuk Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Sosialisasi Aplikasi Siap Nikah dan Hamil	79
3.3.3 Tahap Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Sosialisasi Aplikasi Elektronik Siap Nikah dan Hamil	87
3.3 Pembahasan	98
3.4.1 Pemilihan Tema Sosialisasi Aplikasi ELSIMIL	100
3.4.2 Pemilihan Media yang digunakan untuk Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Sosialisasi Aplikasi Elektronik Siap Nikah dan Hamil	107
3.4.3 Tahap Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Sosialisasi Aplikasi Elektronik Siap Nikah dan Hamil	113
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	119
4.1 Simpulan	119
4.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	125