

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
MOTTO HIDUP	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Landasan Konseptual	11
1.5.2.1 Strategi	11
1.5.2.2 Kampanye	11
1.5.2.3 <i>Public Relations</i>	12
1.5.2.4 Strategi <i>Public Relations</i>	13
1.5.2.5 Kampanye <i>Public Relations</i>	13
1.6 Skema Penelitian	15

1.7	Langkah-Langkah Penelitian	16
1.7.1	Lokasi Penelitian	16
1.7.2	Paradigma dan Pendekatan	16
1.7.3	Metode Penelitian	17
1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data	18
1.7.5	Teknik Pemilihan Informan	19
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data	20
1.7.7	Teknik Analisis Data	21
1.8	Rencana Jadwal Penelitian	23
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1	Penelitian Terdahulu	24
2.2	Fungsi dan Ruang Lingkup Kampanye <i>Public Relations</i>	32
2.2.1	Sejarah dan Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	32
2.2.2	Fungsi dan Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	34
2.2.3	Jenis-Jenis dan Saluran Kampanye <i>Public Relations</i>	36
2.2.4	Faktor Keberhasilan dan Penghambat Kampanye <i>Public Relations</i>	39
2.3	Humas Pemerintah dalam Instansi Pemerintah	43
2.3.1	Definisi dan Prinsip Humas Pemerintah	43
2.3.2	Manfaat dan Syarat Humas Pemerintah	46
2.3.3	Fungsi dan Tujuan Humas Pemerintah	48
2.3.4	Tugas dan Peran Humas Pemerintah	52
2.4	Strategi Komunikasi dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	53
2.4.1	Definisi dan Karakteristik Strategi Komunikasi	53
2.4.2	Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi	54
2.4.3	Peran dan Pengaruh Strategi Komunikasi	56
2.4.4	Manfaat dan Hambatan Strategi Komunikasi	58
2.5	Strategi Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Dinas Perhubungan Kota Bandung	60
2.5.1	Aspek Perencanaan	60

2.5.2	Aspek Pengembangan	62
2.5.3	Aspek Pelaksanaan	63
2.5.4	Aspek <i>Monitoring</i>	64
2.5.5	Aspek Evaluasi	65
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	67
3.1.1	Sejarah Dinas Perhubungan Kota Bandung	67
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Perhubungan Kota Bandung	68
3.1.3	Logo Dinas Perhubungan Kota Bandung	68
3.1.4	Struktur Organisasi Dinas Perhubungan Kota Bandung	70
3.1.5	Tugas dan Fungsi Pokok Dinas Perhubungan Kota Bandung	72
3.1.6	Landasan Hukum Penyelenggaraan <i>Car Free Day</i>	72
3.2	Profil Informan	73
3.3	Hasil Penelitian	77
3.3.1	Perencanaan dan Pengembangan Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	78
3.3.2	Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	89
3.3.3	<i>Monitoring</i> dan Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	98
3.4	Pembahasan	109
3.4.1	Perencanaan dan Pengembangan Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	110
3.4.2	Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	120
3.4.3	<i>Monitoring</i> dan Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Kegiatan <i>Car Free Day</i>	126

BAB IV PENUTUP	139
4.1 Simpulan	139
4.2 Saran	141
4.2.1 Saran Akademis	141
4.2.2 Saran Praktis	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	152

