

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
MOTTO HIDUP.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	9
1.5.1 Landasan Teori	9
1.5.2 Landasan Konseptual	11
1.6 Langkah-langkah Penelitian.....	14
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	14
1.6.3 Metode Penelitian.....	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	16
1.6.5 Sumber Data.....	16
1.6.6 Metode Pemilihan Informan	17

1.6.7	Metode Pengumpulan Data	18
1.6.8	Metode Analisis Data	19
1.7	Skema Penelitian	20
1.8	Rencana Jadwal Kegiatan	21
BAB II		23
TINJAUAN PUSTAKA		23
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.2	Ruang Lingkup Kampanye <i>Public Relations</i>	30
2.2.1	Sejarah dan Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	30
2.2.2	Fungsi dan Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	32
2.2.3	Jenis dan Saluran Kampanye <i>Public Relations</i>	33
2.2.4	Faktor Keberhasilan dan Penghambat Kampanye <i>Public Relations</i>	36
2.3	Ruang Lingkup Humas Dalam Instansi Pemerintah	38
2.3.1	Latar Belakang dan Fungsi Humas Pemerintah	38
2.3.2	Konsep dan Tugas Humas Pemerintah	41
2.3.3	Karakteristik dan Hubungan Humas dengan Pemerintah	43
2.3.4	Perbedaan Humas Pemerintah dengan Humas Organisasi	44
2.4	Sosialisasi Dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	47
2.4.1	Definisi dan Tujuan Sosialisasi Dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	47
2.4.2	Peran dan Proses Sosialisasi Dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	48
2.4.3	Jenis dan Media Sosialisasi Dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	51
2.4.4	Nilai dan Pesan Sosialisasi Dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	55
2.5	Strategi Kampanye <i>Public Relations</i> Melalui Model Manajemen Kampanye	56
2.5.1	Strategi Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	57
2.5.2	Strategi Pengembangan Kampanye <i>Public Relations</i>	57
2.5.3	Strategi Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	58
2.5.4	Strategi <i>Monitoring</i> Kampanye <i>Public Relations</i>	59
2.5.5	Strategi Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i>	61
BAB III		64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64

3.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perhubungan Kota Bandung	65
3.1.3 Logo Dinas Perhubungan Kota Bandung	65
3.1.4 Visi dan Misi Dinas Perhubungan Kota Bandung	66
3.1.5 Struktur Organisasi	66
3.2 Profil Informan	68
3.3 Hasil Penelitian.....	72
3.3.1 Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Membuat Perencanaan dan Pengembangan Kampanye.....	74
3.3.2 Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam melakukan pelaksanaan kegiatan kampanye	82
3.3.3 Tahap <i>Monitoring</i> dan Evaluasi Kampanye Yang Dilakukan Oleh Dinas Perhubungan Kota Bandung	94
3.4 Pembahasan	99
3.4.1 Tahap Perencanaan dan Pengembangan Kampanye Penertiban Parkir Dinas Perhubungan Kota Bandung	101
3.4.2 Tahap Pelaksanaan Kampanye Sosialisasi Penertiban Parkir Dinas Perhubungan Kota Bandung	108
3.4.3 Tahap Monitoring dan Evaluasi Kampanye Penertiban Parkir Dinas Perhubungan Kota Bandung	116
BAB IV	122
SIMPULAN DAN SARAN	122
4.1 Simpulan.....	122
4.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	133