

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
D.1 Kegunaan Akademis	6
D.2 Kegunaan Praktis	6
E. Landasan Pemikiran	6
E.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	6
E.2 Landasan Teoritis	14
E.3 Landasan Konseptual	15
F. Langkah – Langkah Penelitian	18
F.1 Lokasi Penelitian	18
F.2 Paradigma dan Pendekatan	19

F.3	Metode Penelitian.....	20
F.4	Jenis dan Sumber Data	20
F.5	Teknik Penentuan Informan.....	22
F.6	Teknik Pengumpulan Data.....	23
F.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	24
F.8	Teknik Analisis Data.....	25
BAB II.....		27
KAJIAN PUSTAKA.....		27
A.	Kampanye <i>Public Relations</i>	27
A.1	Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	27
A.2	Karakteristik Kampanye <i>Public Relations</i>	29
A.3	Jenis – Jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	30
B.	Model Kampanye Ostegaard	32
B.1	Tahap Perencanaan Kampanye	33
B.2	Tahap Pelaksanaan Kampanye.....	39
B.3	Tahap Evaluasi Kampanye.....	40
C.	Sosialisasi	41
C.1	Definisi Sosialisasi	41
C.2	Media Sosialisasi.....	42
D.	Instagram	44
D.1	Definisi Instagram	44
D.2	Manfaat Instagram.....	45
D.3	Fitur Instagram	46
BAB III		50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50

A.	Gambaran Perusahaan	50
A.1	Sejarah PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	50
A.2	Visi dan Misi PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	54
A.3	Logo PT Dirgantara Indonesia (Persero)	54
A.4	Struktur PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	56
A.5	Uraian Pekerjaan Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	57
B.	Profil Informan	58
C.	Instagram PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	65
D.	Hasil Temuan Penelitian	66
D.1	Tahap Perencanaan Kampanye	67
D.2	Tahap Pelaksanaan kampanye.....	78
D.3	Tahap Evaluasi Kampanye.....	89
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
E.1	Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	102
E.2	Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	113
E.3	Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i>	118
BAB IV	123
SIMPULAN DAN SARAN	123
A.	Simpulan.....	123
B.	Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	130

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Organisasi PT Dirgantara Indonesia.....	56
Bagan 3.2 Struktur Humas PT Dirgantara Indonesia.....	56
Bagan 3.3 Proses Perencanaan.....	77
Bagan 3.4 Proses Pelaksanaan.....	88
Bagan 3.5 Proses Evaluasi.....	100
Bagan 3.6 Tahapan Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Mensosialisasikan <i>Hashtag #BanggaPunyaPTDI</i> di Instagram @officialptdi.....	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT Dirgantara Indonesia	54
Gambar 3.2 Profil Instagram <i>@officialptdi</i>	65
Gambar 3.3 Kegiatan Penghargaan yang dilakukan di Lingkungan Perusahaan..	81
Gambar 3.4 Produk yang dibuat oleh PT Dirgantara Indonesia	82
Gambar 3.5 Karyawan PT Dirgantara Indonesia yang Turut Serta Menggunakan <i>Hashtag #BanggaPunyaPTDI</i>	84
Gambar 3.6 Hasil Pencarian Hashtag <i>#BanggaPunyaPTDI</i> di Instagram	91
Gambar 3.7 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	94
Gambar 3.8 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	95
Gambar 3.9 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	96
Gambar 3.10 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	97
Gambar 3.11 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	98
Gambar 3.12 <i>Instagram Analytic</i> pada Akun Instagram <i>@officialptdi</i>	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Profil Informan.....	61
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Informan	62
Tabel 3.3 Kelompok Umur Informan.....	63
Tabel 3.4 Lama Bekerja	64

