

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTO HIDUP	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
1. Kegunaan Akademi	9
2. Kegunaan Praktis	9
E. Landasan Pemikiran	8
1. Penelitian Terdahulu.....	9
2. Landasan Teoritis	16
3. Landasan Teoritis	19
F. Langkah- Langkah Penelitian.....	22
1. Lokasi Penelitian	22
2. Paradigma dan Pendekatan	22
3. Metode Penelitian.....	23
4. Jenis–Jenis dan Sumber Data	24
5. Penentuan Infroman.....	25
6. Teknik Pengumpulan Data	27
7. Teknik Analisis Data	29
8. Jadwal Penelitian	30

BAB II KONSEP DAN TEORI KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i>.....	33
A. Kampanye <i>Public Relations</i>	33
1. Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	35
2. Jenis- Jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	36
3. Faktor Keberhasilan Kampanye <i>Public Relations</i>	37
4. Faktor Penghambat Kampanye <i>Public Relations</i>	38
B. Model Kampanye Ostergaard.....	39
1. Identifikasi Masalah Kampanye	39
2. Perencanaan Kampanye	40
3. Pelaksanaan Kampanye	42
4. Evaluasi Kampanye	42
C. Online <i>Public Relations</i>	43
1. Media Sosial	45
2. Instagram	49
BAB III KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> PROGRAM <i>BURUAN SAE</i>	
MELALUI INSTAGRAM @DKPP.BANDUNG.....	55
A. Gambaran Umum Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung 55	
1. Sejarah Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung	56
2. Visi dan Misi Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Bandung	57
3. Tujuan Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Bandung.....	60
4. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung	61
5. Struktur Organisasi Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung	62
6. Profile Informan	66
B. Identifikasi Masalah Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Buruan Sae</i> di Kota Bandung.....	68
1. Tindaklanjut Program Bandung Berkebun dan Perintah Walikota Bandung	70
2. Identifikasi Data Tingginya Inflasi dan Impor Bahan Pangan Kota Bandung	74
3. Data Kasus <i>Stunting</i> di Kota Bandung.....	77
C. Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Buruan Sae</i> di Kota Bandung.....	81
1. Merealisasikan Tindaklanjut Program Bandung Berkebun dan Intruksi Walikota Bandung.....	82
2. Melaksanakan Kampanye Melalui Instagram	84

3. Penamaan kampanye Berdasarkan Tujuan Program	87
4. Penentuan Tagline, Khalayak serta Pesan yang akan Disampaikan	88
D. Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Buruan Sae</i> Kota Bandung.....	94
1. Menggunakan Website Sebagai Media Penunjang Kampanye <i>Buruan Sae</i>	95
2. Memaksimalkan Konten Instagram.....	97
3. Penggunaan <i>Key Opinion Leader</i>	101
E. Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Buruan Sae</i> di Kota Bandung.....	105
1. Melakukan Evaluasi dengan Melihat <i>Insight</i> Instagram.....	106
2. Melihat Jumlah Kelompok yang Mendaftar Program <i>Buruan Sae</i> ...	109
BAB IV PENUTUP	115
A. Simpulan	115
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	124

