

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
RIWAYAT HIDUP.....	xvii
MOTTO HIDUP.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9

1.5	Landasan Pemikiran	9
1.5.1	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	9
1.6	Landasan Teoritis	19
1.6.1	Teori Kampanye <i>Oestegaard</i>	19
1.7	Landasan Konseptual.....	21
1.7.1	Kampanye <i>Public Relations</i>.....	21
1.7.2	Media Sosial.....	23
1.8	Langkah-langkah Penelitian	24
1.8.1	Lokasi Penelitian	24
1.8.2	Paradigma dan Pendekatan	24
1.8.3	Metode Penelitian.....	26
1.9	Jenis Data dan Sumber Data.....	27
1.9.1	Jenis Data.....	27
1.10	Penentuan Informan	29
1.11	Teknik Pengumpulan Data	30
1.12	Teknik Analisis Data.....	31
1.13	Jadwal Penelitian.....	34
BAB II		37
TINJAUAN PUSTAKA		37
2.1	Kampanye <i>Public Relations</i>	37

2.1.1	Tujuan Kampanye.....	39
2.1.2	Jenis Kampanye	41
2.1.3	Saluran Kampanye	43
2.1.4	Strategi Kampanye	45
2.1.5	Pesan Kampanye	46
2.1.6	Sasaran Kampanye	48
2.1.7	Pelaku Kampanye	49
2.1.8	Faktor Keberhasilan Kampanye	50
2.1.9	Faktor Penghambat Kampanye.....	51
2.2	Humas Pemerintah.....	52
2.3	Kemiskinan dan Stunting	54
2.4	Model Kampanye Ostergaard.....	56
2.4.1	Tahap Identifikasi Masalah.....	58
2.4.2	Tahap Pengelolaan Kampanye.....	61
2.4.3	Tahap Evaluasi Kampanye.....	65
BAB III.....		66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
3.1	Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya	66
3.1.1	Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya .	67

3.1.2	Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya	68
3.1.3	Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya	68
3.1.4	Tugas Pokok, dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya	71
3.2	Bageur (Janjian Berbuat Baik)	72
3.2.1	Profil Informan	73
3.3	Hasil Penelitian	74
3.3.1	Identifikasi Masalah	78
3.3.3	Proses Evaluasi kegiatan Kampanye	109
3.4	Pembahasan Hasil Penelitian	116
3.4.1	Identifikasi Masalah Kampanye <i>Public Relations</i> Bageur Dalam Upaya Menurunkan Tingkat Kemiskinan dan Stunting di Kota Tasikmalaya	117
3.4.2	Pengelolaan Kampanye <i>Public Relations</i> Bageur Sebagai Upaya Menurunkan Tingkat Kemiskinan dan Stunting di Kota Tasikmalaya	120
3.4.3	Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Bageur	135
BAB IV		143
SIMPULAN DAN SARAN		143
4.1	Simpulan	143

4.2	Saran.....	144
	DAFTAR PUSTAKA.....	145
	LAMPIRAN.....	148

