

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....                       | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                        | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                        | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                           | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>xiii</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....                            | <b>xiv</b>  |
| <b>MOTTO</b> .....                                    | <b>xv</b>   |
| <br>  |             |
| <b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....                       | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang.....                              | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                             | 7           |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                           | 8           |
| 1.4. Kegunaan Penelitian.....                         | 8           |
| 1.4.1. Kegunaan Praktis.....                          | 9           |
| 1.4.2. Kegunaan Bagi Lembaga Pemerintahan.....        | 9           |
| 1.4.3. Kegunaan Bagi Perguruan Tinggi.....            | 9           |
| 1.4.4. Kegunaan Bagi Masyarakat.....                  | 9           |
| 1.5. Fokus Penelitian.....                            | 10          |
| 1.6. Telaah Pustaka.....                              | 10          |
| 1.7. Kerangka Pemikiran.....                          | 22          |
| 1.7.1. <i>Public Relations</i> .....                  | 22          |
| 1.7.2. Proses Manajemen <i>Public Relations</i> ..... | 27          |

|                                    |  |           |
|------------------------------------|--|-----------|
| 1.8.                               | Langkah Penelitian .....                                     | 29        |
| 1.8.1.                             | Lokasi Penelitian .....                                      | 29        |
| 1.8.2.                             | Metode Penelitian .....                                      | 29        |
| 1.8.3.                             | Sumber Data .....  | 34        |
| 1.8.4.                             | Teknik Pemilihan Informan .....                              | 35        |
| 1.8.5.                             | Teknik Pengumpulan Data .....                                | 36        |
| 1.8.5.1.                           | Observasi Tidak Terlibat (Non-Participant Observation) ..... | 36        |
| 1.8.5.2.                           | Wawancara .....  | 37        |
| 1.8.5.3.                           | Dokumentasi .....  | 38        |
| 1.8.5.4.                           | Analisis Data .....  | 40        |
| <b>BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....</b> |  | <b>43</b> |
| 2.1.                               | Kajian Teori.....  | 43        |
| 2.1.1.                             | Strategi .....   | 43        |
| 2.1.1.1.                           | Definisi Strategi.....                                       | 43        |
| 2.1.1.2.                           | Strategi Komunikasi .....                                    | 46        |
| 2.1.2.                             | Komunikasi .....   | 47        |
| 2.1.2.1.                           | Ilmu Komunikasi .....  | 47        |
| 2.1.2.2.                           | Unsur Komunikasi .....                                       | 51        |
| 2.1.2.3.                           | Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....                           | 54        |
| 2.1.3.                             | <i>Public Relations</i> .....                                | 56        |
| 2.1.3.1.                           | Definisi <i>Public Relations</i> .....                       | 56        |
| 2.1.3.2.                           | Fungsi <i>Public Relations</i> .....                         | 58        |
| 2.1.3.3.                           | Tujuan <i>Public Relations</i> .....                         | 67        |
| 2.1.4.                             | Strategi <i>Public Relations</i> .....                       | 69        |
| 2.1.4.1.                           | Definisi Strategi <i>Public Relations</i> .....              | 69        |
| 2.1.4.2.                           | Langkah-langkah Strategi <i>Public Relations</i> .....       | 70        |
| 2.1.5.                             | <i>Smart City</i> .....                                      | 74        |
| 2.1.5.1.                           | Definisi <i>Smart City</i> .....                             | 74        |
| 2.1.5.2.                           | Komponen <i>Smart City</i> .....                             | 76        |
| <b>BAB III: PEMBAHASAN.....</b>    |  | <b>82</b> |
| 3.1.                               | Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....                         | 82        |
| 3.1.1.                             | Humas Pemerintah Kota Bandung.....                           | 82        |

|   |   |            |
|---|---|------------|
| 3.1.1.1.                                | Profil Humas Pemerintah Kota Bandung.....               | 82         |
| 3.1.1.2.                                | Visi Humas Pemerintah Kota Bandung .....                | 84         |
| 3.1.1.3.                                | Misi Humas Pemerintah Kota Bandung .....                | 85         |
| 3.1.1.4.                                | Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Bandung ..... | 85         |
| 3.1.2.                                  | Bandung Smart City.....                                 | 86         |
| 3.1.2.1.                                | Profil Bandung Smart City.....                          | 86         |
| 3.1.2.2.                                | Dasar dan Latar Belakang Bandung Smart City .....       | 87         |
| 3.1.2.3.                                | Tugas Pokok dan Fungsi Bandung Smart City .....         | 92         |
| 3.1.3.                                  | Bentuk Implementasi Program Bandung Smart City .....    | 105        |
| 3.2.                                    | Hasil Penelitian.....                                   | 107        |
| 3.2.1.                                  | <i>Research</i> .....                                   | 107        |
| 3.2.2.                                  | <i>Planning</i> .....                                   | 110        |
| 3.2.3.                                  | <i>Implementation</i> .....                             | 112        |
| 3.2.4.                                  | <i>Evaluation</i> .....                                 | 113        |
| 3.3.                                    | Pembahasan.....   | 115        |
| 3.3.1.                                  | <i>Research</i> (Pencarian Fakta).....                  | 116        |
| 3.3.2.                                  | <i>Planning</i> (Perencanaan) .....                     | 121        |
| 3.3.3.                                  | <i>Implementation</i> (Penerapan) .....                 | 126        |
| 3.3.4.                                  | <i>Evaluation</i> (Evaluasi).....                       | 137        |
| <b>BAB IV: SIMPULAN DAN SARAN .....</b> |   | <b>140</b> |
| 4.1.                                    | Simpulan .....  | 140        |
| 4.2.                                    | Saran .....   | 144        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |   | <b>147</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    |   | <b>150</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |            |
|---|------------|
| <b>Gambar 1.1: Model Empat Langkah Proses Manajemen PR .....</b>          | <b>27</b>  |
| <b>Gambar 2.1: Elemen <i>Smart City Readiness</i>.....</b>                | <b>77</b>  |
| <b>Gambar 2.2: Dimensi <i>Smart City</i> .....</b>                        | <b>78</b>  |
| <b>Gambar 3.1: Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Usia .....</b>      | <b>118</b> |
| <b>Gambar 3.2: Grafik Media Sosial yang paling sering digunakan .....</b> | <b>120</b> |
| <b>Gambar 3.3: Salah satu bentuk dari <i>Agenda Setting</i> .....</b>     | <b>122</b> |
| <b>Gambar 3.4: Berita Peluncuran ATM Beras .....</b>                      | <b>124</b> |
| <b>Gambar 3.5: Publikasi di Instagram .....</b>                           | <b>128</b> |
| <b>Gambar 3.6: <i>Verified Badge</i> .....</b>                            | <b>129</b> |
| <b>Gambar 3.7: Penggunaan Hashtag .....</b>                               | <b>132</b> |
| <b>Gambar 3.8: Publikasi Video YouTube .....</b>                          | <b>134</b> |



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

**DAFTAR TABEL**

**Tabel 1.1: Daftar Penelitian Terdahulu.....15**

**Tabel 1.2: Komponen Pembentuk Strategi PR .....26**

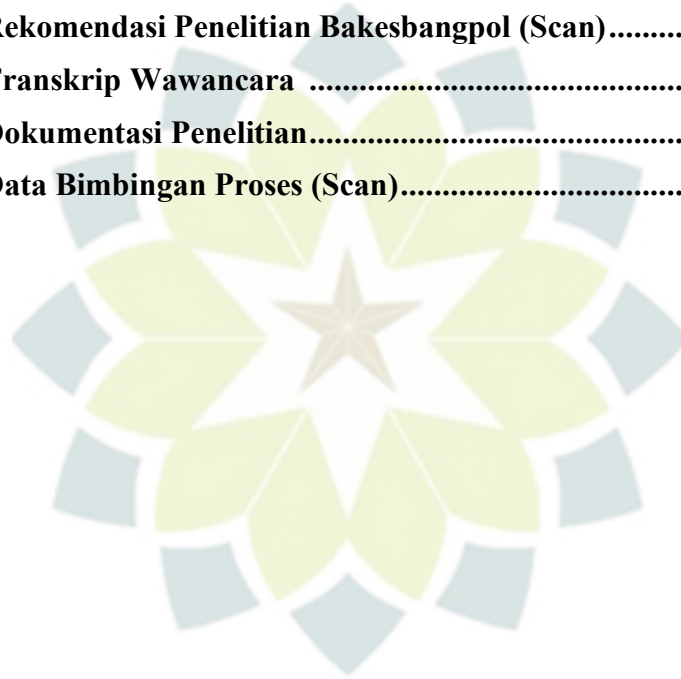


**uin**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

**DAFTAR LAMPIRAN**

|  |            |
|--|------------|
| <b>Lampiran 1: SK Skripsi (Scan).....</b>                          | <b>151</b> |
| <b>Lampiran 2: Izin Penelitian (Scan).....</b>                     | <b>152</b> |
| <b>Lampiran 3: Rekomendasi Penelitian Bakesbangpol (Scan).....</b> | <b>153</b> |
| <b>Lampiran 4: Transkrip Wawancara .....</b>                       | <b>154</b> |
| <b>Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian.....</b>                     | <b>156</b> |
| <b>Lampiran 6: Data Bimbingan Proses (Scan).....</b>               | <b>157</b> |



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG