

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis	9
1.4.2 Kegunaan Penelitian Bagi Peneliti	10
1.4.3 Kegunaan Secara Praktis	10
1.5 Landasan Pemikiran	10

1.5.1 Penelitian Terdahulu	10
1.5.2 Kerangka Teoritis.....	16
1.5.3 Kerangka Konseptual	17
1.6 Langkah-langkah Penelitian.....	19
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	19
1.6.3 Pendekatan Penelitian	20
1.6.4 Metode Penelitian	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber data.....	21
1.6.5 Penentuan Informan	22
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	23
1.6.7 Teknik Analisis Data.....	24
1.6.8 Jadwal Penelitian	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
2.1. Public Relations.....	27
2.1.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	27
2.1.2. Ciri- Ciri <i>Public Relations</i>	29
2.1.3. Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	29
2.2. Kampanye	30
2.2.1. Pengertian Kampanye	30
2.2.2. Jenis Kampanye	31
2.2.3. Tujuan Kampanye	32
2.2.4. Pelaku Kampanye	33

2.2.5. Pesan kampanye	35
2.2.6. Khalayak Sasaran Kampanye	36
2.3. Kampanye Public Relations	37
2.3.1. Tahapan Kampanye.....	38
2.4. Kerukunan Umat Beragama.....	53
2.5 Model Komunikasi Harold D. Lasswell	55
BAB III.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
3.2 Hasil Temuan Penelitian	69
3.2.1 Informan Penelitian	69
3.2.2 Perencanaan kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	70
3.2.3 Pelaksanaan kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	84
3.2.4 Evaluasi kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	92
3.2 Analisis dan Pembahasan.....	95
3.3.1 Perencanaan kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	96
3.3.1.1 Analisis masalah	98
3.3.1.2 Penyusunan Tujuan	100
3.3.1.3 Identifikasi dan Segmentasi Sasaran	101

3.3.1.4 Menentukan Pesan	101
3.3.1.5 Strategi dan Taktik	103
3.3.1.6 Alokasi Waktu dan Sumber Daya	104
3.3.2 Pelaksanaan kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	105
3.3.2.1 Perekrutan dan Pelatihan Personil Kampanye	106
3.3.2.2 Mengkonstruksi Pesan	107
3.3.2.3 Menyeleksi Penyampai Pesan Kampanye	108
3.3.2.4 Menyeleksi Saluran Kampanye	110
3.3.2.5 Laporan Kemajuan	111
3.3.3 Evaluasi kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama di Provinsi Jawa Barat	111
3.3.3.1 Pencapaian Tujuan	113
3.3.3.2 Pengukuran Kemajuan	114
3.3.3.3 Pengukuran Hasil	114
3.3.3.4 Efisiensi Biaya	115
BAB IV	117
SIMPULAN DAN SARAN	117
4.1 Simpulan	117
4.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	123