

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
RIWAYAT HIDUP.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Landasan Pemikiran.....	12
1.5.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	12
1.5.2 Model Kampanye <i>Ostergaard</i>	17
1.6 Langkah – langkah Penelitian.....	20
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	20
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	20
1.6.3 Metode Penelitian.....	21
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	22
1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian	23
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	25
1.6.8 Teknik Analisis Data.....	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	31
2.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	31
2.2 Penelitian Relevan.....	45
2.3 Status, Posisi dan Kontribusi Penelitian.....	58

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	61
3.1.1 Profil Kota Bandung	61
3.1.2 Sejarah Singkat Pemerintah Kota Bandung	62
3.1.3 Arti Logo	66
3.1.4 Bendera	68
3.1.5 Kondisi Geografi Kota Bandung.....	69
3.1.6 Visi dan Misi Kota Bandung.....	70
3.1.7 Struktur Organisasi Pemerintah Kota Bandung	74
3.1.8 Daftar Wali Kota Bandung.....	76
3.1.9 <i>Job Description</i> Humas Pemerintah Kota Bandung.....	79
3.2 Profil Informan.....	83
3.3 Hasil Penelitian	86
3.3.1 Identifikasi kampanye <i>Public Relations</i> program Bandung Bersatu....	86
3.3.2 Pengelolaan kampanye <i>public relations</i> program Bandung Bersatu di Pemkot Bandung.....	92
3.2.3 Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> program Bandung Bersatu dilingkungan Pemerintah Kota Bandung	102
3.2.4 Evaluasi kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> program Bandung Bersatu (Berjamaah Shalat tepat waktu).....	113
3.4 Pembahasan.....	118
3.4.1 Identifikasi Masalah Kamanye <i>Public Relations</i> Program Bandung Bersatu (Berjamaah Shalat tepat waktu) di Pemkot Bandung	118
3.4.2 Pengelolaan Kampanye <i>Public Relations</i> program “Bandung Bersatu” di Pemkot Bandung	121
3.4.3 Pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Program “Bandung Bersatu” di Pemkot Bandung	125
3.4.4 Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> program “Bandung Bersatu” di Pemkot Bandung	127
BAB IV PENUTUP	132
4.1 Simpulan	132
4.2 Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	138