

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis	9
1.5 Landasan Pemikiran	10
1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
1.5.2 Landasan Teoritis	18
1.5.3 Kerangka Konseptual	19
1.6 Langkah-langkah Penelitian	21
1.6.1 Lokasi Penelitian	21
1.6.2 Paradigma Penelitian	21
1.6.3 Pendekatan Penelitian	22
1.6.4 Metode Penelitian	22
1.6.5 Jenis Data	24
1.6.6 Sumber Data	24
1.6.7 Penentuan Informan	25
1.6.8 Teknik Pengumpulan Data	27
1.6.9 Teknik Penentuan Keabsahan Data	29
1.6.10 Teknik Analisis Data	29
1.6.11 Rencana Jadwal Penelitian	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	34

2.1	<i>Public Relations</i>	34
2.1.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	34
2.1.2	Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	37
2.1.3	Karakteristik <i>Public Relations</i>	39
2.1.4	Proses <i>Public Relations</i>	39
2.2	Kampanye.....	41
2.2.1	Pengertian Kampanye	41
2.2.2	Jenis Kampanye	43
2.2.3	Tujuan Kampanye	44
2.2.4	Pesan Kampanye	45
2.3	Kampanye <i>Public Relations</i>	46
2.3.1	Pengertian Kampanye <i>Public Relations</i>	46
2.3.2	Metode Kampanye <i>Public Relations</i>	47
2.3.3	Tahapan Kampanye <i>Public Relations</i>	48
2.3.4	Khalayak Sasaran Kampanye <i>Public Relations</i>	53
2.4	Sosialisasi	55
2.5	<i>QR Code Indonesia Standar (QRIS)</i>	57
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
3.1	Profil Bank Indonesia.....	58
3.1.1	Sejarah Bank Indonesia.....	58
3.1.2	Status Bank Indonesia dan Kedudukan Bank Indonesia.....	61
3.1.3	Sejarah Perkembangan Bank Indonesia	62
3.1.4	Visi, Misi, dan Sasaran Strategis Bank Indonesia.....	65
3.1.5	Struktur Organisasi	67
3.2	Tugas Pokok dan Produk Satuan Kerja Bank Indonesia.....	70
3.2.1	Tugas Pokok Divisi Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan	73
3.2.2	Logo Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat	76
3.3	Profil Informan	76
3.4	Hasil Penelitian.....	78
3.4.1	Tahapan yang dilakukan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat sebelum melakukan kegiatan Kampanye Public Relations dalam mensosialisasikan QRIS.....	78

3.4.2	Pelaksanaan Kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Mensosialisasikan <i>QRCode Indonesia Standard</i> yang dilakukan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat.....	93
3.4.3	Penyebaran Informasi Dimasyarakat Mengenai Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Sosialisasi Program <i>QRCode Indonesia Standard</i> Yang Dilaksanakan Oleh Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat. 105	
3.5	Analisis dan Pembahasan	110
3.5.1	Tahapan yang dilakukan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat sebelum melakukan kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> dalam mensosialisasikan QRIS.....	110
3.5.2	Pelaksanaan Kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Mensosialisasikan <i>QRCode Indonesia Standard</i> yang dilakukan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat.....	124
3.5.3	Penyebaran Informasi Dimasyarakat Mengenai Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Sosialisasi Program <i>QRCode Indonesia Standard</i>	131
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		136
4.1	Simpulan.....	136
4.2	Saran	139
4.2.1	Saran Teoritis	139
4.2.2	Saran Praktis	139
DAFTAR PUSTAKA		140



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Kampanye Ostergaad	19
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat	70
Gambar 3.2. Logo Bank Indonesia	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 1.2. Rencana Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 3.1. Tugas Pokok dan Produk Satuan Kerja Bank Indonesia	73
Tabel 3.2. Tugas Pokok Divisi Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan ..	76
Tabel 3.3. Profil Informan.....	78

