

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.4.1. Secara Akademis	10
1.4.2. Secara Praktis	10
1.5. Landasan Pemikiran	10
1.5.1. Penelitian Terdahulu	10
1.5.2. Landasan Teoritis	19

1.5.3. Kerangka Konseptual.....	21
1.6. Langkah-langkah Penelitian.....	23
1.6.1. Lokasi Penelitian.....	23
1.6.2. Paradigma dan Pendekatan.....	23
1.6.2.1. Paradigma Konstruktivistik.....	24
1.6.2.2. Pendekatan Kualitatif.....	24
1.6.3. Metode Penelitian.....	24
1.6.4. Jenis data dan Sumber data.....	25
1.6.4.1. Jenis Data.....	25
1.6.4.2. Sumber Data.....	26
1.6.5. Penentuan Informan atau Unit Analisis.....	27
1.6.5.1. Informan dan Unit Analisis.....	27
1.6.5.2. Teknik Penentuan Informan.....	27
1.6.6. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.6.6.1. Wawancara Mendalam (<i>In-Dept Interview</i>).....	28
1.6.6.2. Observasi Parsipatif Pasif.....	28
1.6.7. Teknik Analisis Data.....	29
1.6.8. Rencana Jadwal Penelitian.....	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1. Pengertian dan Ruang Lingkup Kampanye <i>Public Relations</i>.....	33
2.1.1. Pengertian dan Fungsi Kampanye <i>Public Relations</i>	34
2.1.2. Model Kampanye Leon Ostergaard.....	34
2.1.3. Tahap Identifikasi Masalah.....	35

2.1.4. Tahap Perencanaan	35
2.1.4. Tahap Pelaksanaan	35
2.1.5. Tahap Evaluasi	35
2.2. Tujuan dan Fungsi Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Perubahan Sosial.....	36
2.2.1. Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i>	36
2.2.2. Fungsi Kampanye <i>Public Relations</i>	37
2.2.3. Teori Perubahan Sosial.....	38
2.2.4. Proses Perubahan Sosial	39
2.3. Karakteristik Kampanye <i>Public Relations</i> (<i>Type Of Public Relations Campaign</i>).....	41
2.3.1. Tipe Kampanye <i>Public Relations</i>	41
2.3.2. Ciri-ciri Kampanye <i>Public Relations</i>	43
2.3.3. Komunikasi Persuaf dalam Kampanye <i>Public Relations</i> ...	44
2.3.4. Etos Kerja Komunikator dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	46
2.4. Media Kampanye <i>Public Relations</i>.....	48
2.4.1. Media Cetak.....	48
2.4.2. Media Sosial.....	48
2.4.3. Media Elektronik.....	49
2.4.4. Pameran (<i>Special Event</i>).....	50
2.5. Edukasi Kesehatan Masyarakat	50

2.5.1. Definisi Edukasi.....	50
2.5.2. Tujuan Edukasi.....	51
2.5.3. Sasaran Edukasi.....	51
2.5.4. Metode Edukasi.....	52
2.6. Faktor Keberhasilan dan Penghambat Kampanye.....	54
2.6.1. Faktor Keberhasilan Kampanye.....	54
2.6.2. Faktor Penghambat Kampanye.....	56
2.6.3. Strategi Kampanye <i>Public Relations</i>	56
2.6.4. Teknik Kampanye <i>Public Relations</i>	57
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
3.1. Gambaran Umum Lokasi.....	61
3.1.1. Profil Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	61
3.1.2. Sejarah Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	62
3.1.3. Visi dan Misi Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	63
3.1.4. Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	63
3.1.5. Lokasi Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	64
3.2. Hasil Peneitian.....	65
3.2.1. Identifikasi Masalah Covid-19 di Kota Bandung Yang Telah Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	66
3.2.2. Perencanaan Program Kampanye <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	69
3.2.3. Pelaksanaan Program Kampanye <i>Public</i>	

<i>Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	69
3.2.4. Evaluasi Program Kampanye <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	74
3.3. Pembahasan	77
3.3.1. Identifikasi Masalah Covid-19 di Kota Bandung Yang Telah Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	79
3.3.2. Perencanaan Pelaksanaan Program Kampanye <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	82
3.3.3. Pelaksanaan Program Kampanye <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	87
3.3.4. Evaluasi Program Kampanye <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan Oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
4.1. Simpulan.....	95
4.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 1.2. Rencana Jadwal Penelitian.....	31



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Model Kampanye Leon Ostegaard.....	20
Bagan 1.2. Struktur organisasi Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Skema Penelitian.....	22
-----------------------------------	----

