

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Landasan Pemikiran	6
1.6 Landasan Teoritis	14
1.7 Langkah-langkah Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Landasan Konseptual	25
2.1.1 Strategi Public Relations	25
2.1.2 Tingkatan strategi.....	26
2.1.3 Kampanye Public Relations	28
2.1.4 Strategi komunikasi Dalam Kampanye.....	34
2.1.5 Program kampanye <i>public relations</i>	36
2.1.6 Model Kampanye Ostegaard	38
2.1.7 Internet	44
2.1.8 Website.....	45

2.1.9 Program <i>Makan Jengkol</i> (Mari Kita Antar Buku Dengan Kolaborasi).....	47
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
3.1 Gambaran Umum DISPUSIPDA	51
3.2 Hasil Penelitian.....	59
3.2.1 Tahap Identifikasi Masalah Yang Dilakukan Dispusipda dalam Mencari Informasi Tentang Tingkat kegemaran Membaca di Masyarakat.....	61
3.2.2 Bentuk Pendekatan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat Melalui Media.....	69
3.2.3 Bentuk Pendekatan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat Secara Langsung.....	77
3.2.4 Proses Evaluasi Kampanye dalam Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat.....	85
3.3 Pembahasan Penelitian.....	92
3.3.1 Tahap Indetifikasi Masalah Yang Dilakukan Dispusipda dalam Mencari Informasi Tentang Tingkat Kegemaran Membaca di Masyarakat.....	92
3.3.2 Bentuk Pendekatan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat Melalui Media.....	96
3.3.3 Bentuk Pendekatan Kampanye <i>Public Relations</i> Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat Secara Langsung.....	102
3.3.4 Proses Evaluasi Kampanye dalam Program <i>Makan jengkol</i> di Dispusipda Jawa Barat.....	109
BAB IV PENUTUP	115
4.1 Simpulan.....	115
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kampanye Ostergaard	16
Gambar 2.1 Bagan Kampanye Ostergaard	38
Gambar 3.1 Logo Dispusipda	55
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	56
Gambar 3.3 Unggahan Informasi di <i>instagram</i>	64
Gambar 3.4 Statistika Pengunjung	66
Gambar 3.5 Identifikasi masalah tingkat kegemaran membaca	69
Gambar 3.6 Informasi dan caption Dispusipda Jawa Barat	71
Gambar 3.7 Unggahan tata cara peminjaman dan pengembalian buku	72
Gambar 3.8 Berita gerakan makan jengkol	75
Gambar 3.9 Pendekatan melalui media	76
Gambar 3.10 Postingan kode promo	82
Gambar 3.11 Pendekatan secara langsung	84
Gambar 3.12 Evaluasi kampanye program makan jengkol	90
Gambar 3.13 Strategi kampanye <i>public relations</i> makan jengkol	91