

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
RIWAYAT HIDUP .....	xvii
MOTTO HIDUP .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	11
1.5 Landasan Pemikiran .....	12
1.5.1 Kampanye <i>Public Relations</i> .....	13
1.5.2 <i>Cyber Public Relation</i> .....	18
1.5.3 Model Kampanye Ostegaard .....	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 Penelitian.....	23
1.6.6 Sumber Data .....	23
1.6.7 Penentuan Informan atau Unit Penelitian .....	24
1.6.8 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.6.9 Analisis Data.....	26
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>30</b>
2.1 Konsep Kampanye Adaptasi Kebiasaan Baru .....	30
2.2 Penelitian Relevan .....	42
2.3 Status, Posisi dan Kontribusi Penelitian.....	56
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
3.1 Gambaran Umum Pemerintah Kota Bandung .....	58
3.1.1 Visi dan Misi Pemerintah Kota Bandung .....	59
3.1.2 Logo Pemerintah Kota Bandung .....	63
3.1.3 Struktur Organisasi Humas Pemerintah Kota Bandung .....	65
3.1.4 Tugas Pokok Humas Pemerintah Kota Bandung .....	66
3.1.5 Profil Informan.....	68
3.2 Hasil Penelitian.....	69
3.2.1 Proses Kampanye <i>Public Relations</i> yang di Lakukan oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui <i>Cyber PR</i> dalam Menyebarkan Informasi Terkait Adaptasi Kebiasaan Baru pada Kegiatan Belajar Mengajar.....	72
3.2.2 Proses Kampanye <i>Public Relations</i> yang di Lakukan oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui <i>Cyber PR</i> dalam Menyebarkan Informasi Terkait Adaptasi Kebiasaan Baru pada Kegiatan Ekonomi.....	103
3.2.3 Proses Kampanye <i>Public Relations</i> yang di Lakukan oleh Pemerintah Kota Bandung melalui <i>Cyber PR</i> dalam Menyebarkan Informasi Terkait Adaptasi Kebiasaan Baru pada Kegiatan Sosial Kemasyarakatan .....	136

3.3 Pembahasan.....	169
3.3.1 Proses Kampanye <i>Public Relations</i> pada Kegiatan Belajar Mengajar yang di Selenggarakan Secara Daring.....	169
3.3.2 Proses kampanye <i>Public Relations</i> pada Kegiatan Ekonomi yang di Sudah di Perbolehkan Beroperasi <i>Offline</i> .....	180
3.3.3 Proses Kampanye <i>Public Relations</i> pada Kegiatan Sosial Kemasyarakatan yang Sudah di Perbolehkan dengan Aturan PPKM.....	190
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	199
DAFTAR PUSTAKA .....	202
LAMPIRAN.....	206