

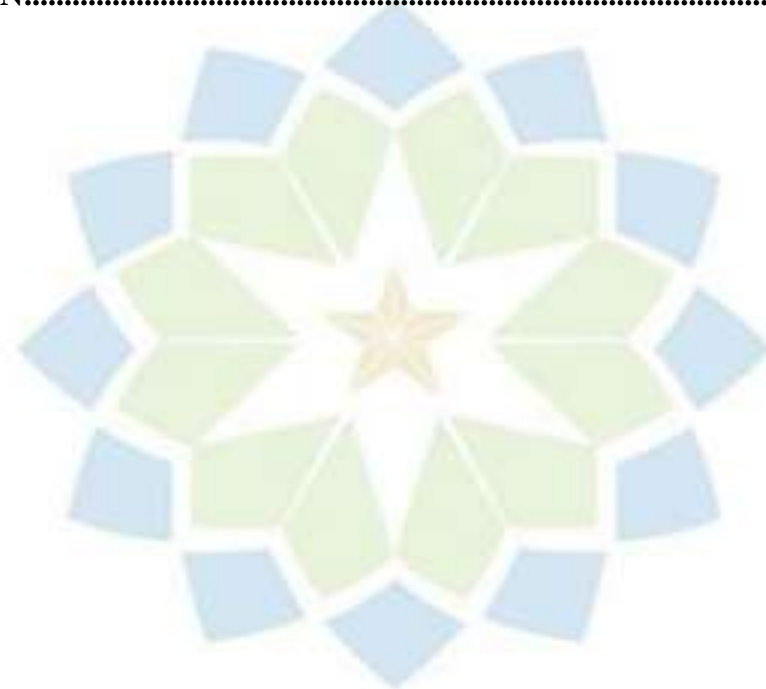
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I1</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>1.5 Landasan Pemikiran .....</b>	<b>8</b>
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	8
<b>1.6 Landasan Teoritis.....</b>	<b>17</b>
<b>1.6.1 Model Kampanye Ostergaard .....</b>	<b>17</b>
<b>1.7 Landasan Konseptual .....</b>	<b>20</b>
<b>1.7.1 Kampanye <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>20</b>
<b>1.7.2 Komunikasi Massa .....</b>	<b>21</b>
<b>1.7.3 Media Televisi .....</b>	<b>22</b>
<b>1.8 Langkah Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>1.8.1 Lokasi Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>1.8.2 Paradigma Pendekatan .....</b>	<b>24</b>
<b>1.8.3 Metode Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>1.8.4 Sumber Data.....</b>	<b>25</b>

<b>1.8.5 Teknik Pemilihan Informan</b> .....	26
<b>1.8.6 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	27
<b>1.8.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data</b> .....	28
<b>1.8.8 Teknik Analisis Data</b> .....	28
<b>1.8.9 Rencana Jadwal Kegiatan</b> .....	29
<b>BAB II</b> .....	<b>32</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>32</b>
<b>2. Landasan Konseptual</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Kampanye <i>Public Relations</i></b> .....	<b>32</b>
<b>2.2 Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i></b> .....	<b>38</b>
<b>2.3 Model Kampanye Ostergaard</b> .....	<b>40</b>
<b>2.3.1 Identifikasi Masalah</b> .....	41
<b>2.3.2 Pengelolaan Kampanye ( Perencanaan dan Rancangan)</b> .....	41
<b>2.3.3 Pelaksanaan Kampanye</b> .....	44
<b>2.3.4 Evaluasi</b> .....	45
<b>2.4 Komunikasi Massa</b> .....	<b>45</b>
<b>2.5 Media Massa</b> .....	<b>49</b>
<b>2.6 Televisi</b> .....	<b>53</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>57</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>57</b>
<b>3.1 Hasil Penelitian</b> .....	<b>57</b>
3.1.1 Profil dan Sejarah Kejaksaan Republik Indonesia .....	57
3.1.2 Visi dan Misi Kejaksaan Republik Indonesia .....	60
1.) Visi Kejaksaan Republik Indonesia .....	60
2.) Misi Kejaksaan Republik Indonesia.....	60
3.1.3 Struktur Organisasi Kejaksaan Republik Indonesia .....	61
3.1.4 Logo Kejaksaan Republik Indonesia.....	63
<b>3.2 Profil Informan</b> .....	<b>64</b>
<b>3.3 Gambaran Hasil Penelitian</b> .....	<b>69</b>
<b>3.3.1 Identifikasi Masalah Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi</b> <b>Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi</b> .....	72
3.3.1.2. Hasil Monitoring Dan <i>Update</i> Dari Internet Dan Berita Terkait Korupsi .....	72

3.3.1.3	Identifikasi Melalui Banyaknya Pengaduan Kasus Pidana Yang Terjadi Di Setiap Daerah .....	73
<b>3.3.2</b>	<b>Perancangan Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....</b>	<b>75</b>
3.3.2.1	Menetapkan Rancangan Tujuan Kampanye .....	76
3.3.2.2	Pemilihan Metode dan Media Sebagai Saluran Pesan Kampanye ....	78
3.3.2.3	Menentukan Pelaku Kampanye .....	80
<b>3.3.3</b>	<b>Pelaksanaan Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....</b>	<b>81</b>
3.3.3.1	Pelaksanaan Perekaman ( <i>Taping</i> ) Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....	82
3.3.3.2	Pelaksanaan Tayangan Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....	84
<b>3.3.4</b>	<b>Evaluasi Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi .....</b>	<b>87</b>
3.3.4.1	Evaluasi Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi Dengan Melihat Hasil Rating .....	87
3.3.4.2	Evaluasi Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi Dengan Monitoring Media .....	89
<b>3.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>92</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Identifikasi Masalah Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi .....</b>	<b>92</b>
3.4.1.1	Hasil monitoring dan <i>update</i> dari internet dan berita terkait korupsi	93
3.4.1.2	Identifikasi Melalui Pengaduan Hukum Kasus Pidana .....	95
<b>3.4.2</b>	<b>Perancangan Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi .....</b>	<b>97</b>
3.4.2.1	Menetapkan Rancangan Tujuan Kampanye .....	98
3.4.2.2	Pemilihan Metode Dan Media Sebagai Saluran Kampanye .....	99
3.4.2.3	Menentukan Pelaku Kampanye .....	101
<b>3.4.3</b>	<b>Pelaksanaan Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....</b>	<b>103</b>
<b>3.4.4</b>	<b>Evaluasi Kampanye Upaya Pemberantasan Korupsi Dalam Program Jaksa Menyapa Melalui Media Televisi.....</b>	<b>106</b>
3.4.4.1	Evaluasi Kampanye Melalui Media Televisi Dengan Hasil Rating	106
3.4.4.2	Evaluasi Kampanye Dengan Monitoring Media .....	108

<b>BAB IV .....</b>	<b>110</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>110</b>
4.1 Simpulan.....	110
4.2 Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>117</b>



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG