

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
PRAKATA	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Hasil Penelitian yang Relevan.....	6
1.5.1 Penelitian Sebelumnya.....	6
1.6 Landasan Pemikiran	14
1.6.1 Landasan Teoretis	14
1.6.2 Landasan Konseptual.....	15
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	18
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	18

1.7.2	Paradigma dan Pendekatan	18
1.7.3	Metode Penelitian	19
1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data	20
1.7.9	Rencana Jadwal Penelitian.....	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA		27
2.1.1	Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	27
2.1.2	Peran Model Kampanye.....	29
2.1.3	Tahap Identifikasi Masalah dan Pengelolaan Kampanye	30
2.1.4	Tahap Evaluasi Dalam Kampanye Ostegard	31
2.2	Tujuan dan Fungsi Kampanye.....	32
2.2.1	Tujuan Kampanye.....	32
2.2.2	Jenis Kampanye	33
2.2.3	Pelaku Kampanye	35
2.2.4	Sasaran Kampanye.....	35
2.2.5	Pesan Kampanye.....	37
2.2.6	Media Kampanye.....	39
2.2.7	Faktor Keberhasilan Kampanye.....	41
2.2.8	Faktor Penghambat Kampanye	42
2.3	Layanan Elektronik	43
2.3.1	PASTI (Pelayanan <i>Online</i> Sertipikat Terintegrasi)	44
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		49
3.1	Gambaran Umum Kantor Pertanahan Kota Bandung	49
3.1.1	Profil Kantor Pertanahan Kota Bandung	49
3.1.2	Visi dan Misi Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	50
3.1.3	Struktur Organisasi Kantor Pertanahan Kota Bandung	52
3.1.4	Tugas, Pokok, dan Fungsi Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	53

3.2	Hasil Penelitian.....	57
3.2.1	Identifikasi Masalah Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	58
3.2.2	Pengelolaan Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	61
3.2.3	Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	72
3.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
3.3.1	Identifikasi Masalah Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	76
3.3.2	Pengelolaan Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	79
3.3.3	Evaluasi Kampanye <i>Public Relations</i> Tentang Sosialisasi Layanan Elektronik PASTI Kantor Pertanahan Kota Bandung.....	88
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		92
4.1	Simpulan.....	92
4.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		99

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penelitian Sebelumnya	10
Tabel 2 Profil Informan.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi Kantor Pertanahan Kota Bandung	52
Gambar 2 Banner Akses Aplikasi PASTI.....	68
Gambar 3 Postingan di Akun Instagram	72
Gambar 4 Pelaksanaan Kampanye Public Relations	87
Gambar 5 Evaluasi Kampanye Public Relations	90
Gambar 6 Foto Bersama Informan Ghifari	109
Gambar 7 Foto Bersama Informan Nora.....	109
Gambar 8 Foto Bersama Informan Tedy	110



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengesahan Plagiarisme	99
Lampiran 2 Hasil Cek Plagiarisme	100
Lampiran 3 SK Pembimbing Skripsi	101
Lampiran 4 Data Bimbingan 1	102
Lampiran 5 Data Bimbingan 2	103
Lampiran 6 Surat Permohonan Penelitian.....	104
Lampiran 7 Surat Balasan Izin Penelitian.....	105
Lampiran 8 Draf Pertanyaan Wawancara	106
Lampiran 9 Dokumentasi Kegiatan Wawancara.....	109

