

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1. Kegunaan Teoritis	11
2. Kegunaan Praktis.....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.1.1 Proses Komunikasi Pemasaran	15
2.1.1.2 Strategi Untuk Komunikasi Pemasaran Yang Efektif	16
2.1.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 <i>Public Relations</i> (PR).....	19

2.1.2.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	20
2.1.2.2 Sarana <i>Public Relations</i>	21
2.1.2.3 Program Kerja <i>Public Relations</i>	24
2.1.3 Kampanye.....	26
2.1.3.1 Strategi Komunikasi Kampanye	27
2.1.3.2 Faktor Keberhasilan Kampanye	35
2.1.3.3 Saluran Kampanye.....	36
2.1.4 Media Baru (<i>New Media</i>)	38
2.1.4.1 Sosial Media	41
2.1.5 Youtube	45
2.2 Penelitian Terdahulu	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	56
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	56
3.2.1 Subjek Penelitian	56
3.2.2 Objek Penelitian	56
3.3 Lokasi Penelitian.....	57
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	58
3.5 Informan Kunci	61
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	62
3.6.1 Wawancara	62
3.6.2 Dokumentasi.....	63
3.7 Teknik Analisis Data.....	63
3.8 Teknik Keabsahan Data	64
3.8.1 Uji Kredibilitas	64

3.8.1.1 Triangulasi Sumber.....	65
3.8.1.2 Menggunakan Bahan Referensi.....	65

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Menetapkan Komunikator Kampanye.....	75
4.2.2 Menentukan Pesan Kampanye.....	75
4.2.2.1 Isi Pesan.....	76
4.2.2.2 Struktur Pesan.....	77
4.2.3 Menentukan Saluran Kampanye.....	79
4.2.4 Menentukan Biaya Kampanye.....	80
4.2.5 Menentukan Waktu dan Pelaksanaan Kampanye.....	80
4.2.6 Evaluasi Kampanye.....	81
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Menetapkan Komunikator Kampanye.....	83
4.3.2 Menentukan Pesan Kampanye.....	88
4.3.3 Menentukan Saluran Kampanye.....	93
4.3.4 Menentukan Biaya Kampanye.....	95
4.3.5 Menentukan Waktu dan Pelaksanaan Kampanye.....	96
4.3.6 Evaluasi Kampanye.....	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Akademis.....	104
5.2.2 Saran Praktis.....	104

DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108