

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Akademik.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 <i>Public Relations</i>	14
2.1.2 Kampanye	16
2.1.3 Strategi Kampanye <i>Public Relations</i>	21
2.1.4 Sikap Masyarakat	24
2.1.5 Tahapan Perubahan Perilaku	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29

2.3 Kerangka Konsep	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	35
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.8 Uji Keabsahan Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Fokus (Tempat Penelitian).....	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Pengumpulan Data	45
4.2.2 Hasil Observasi	47
4.2.3 Hasil Wawancara Mendalam	47
4.3 Pembahasan	65
4.4.1 Hasil Pembahasan	65
4.4.2 Ahli Kampanye <i>Public Relations</i> dan Praktisi <i>Public Relations</i>	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN – LAMPIRAN	84