

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis	12
1.4.2 Aspek Praktis	12
1.5 Tahapan Penelitian.....	13
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.6.2 Waktu Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Tinjauan Teori	30
2.2.1 Konsep Komunikasi	30
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	31
2.1.1.1 Jenis-Jenis Media Baru	32
2.2.3 Media Sosial	35
2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial.....	36
2.2.3.2 Jenis-Jenis Media Sosial	36

2.2.4 Youtube	37
2.2.5 Hubungan Masyarakat (<i>public relations</i>)	38
2.2.5.1 Humas Pemerintahan	39
2.2.6 Strategi Komunikasi	41
2.2.7 Kampanye	42
2.2.7.1 Jenis-Jenis Kampanye	42
2.2.7.2 Model Kampanye	43
2.2.7.3 Pesan Kampanye	44
2.2.7.4 Saluran Kampanye.....	45
2.2.7.5 Khalayak Sasaran Kampanye.....	47
2.2.7.6 Pelaku Kampanye	47
2.2.7.7 Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye	51
2.2.7.8 Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye	53
2.2.7.9 Perencanaan Kampanye	54
2.2.7.10 Pelaksanaan Kampanye	58
2.2.7.11 Evaluasi Kampanye	60
2.3 Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III	
3.1 Paradigma Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian	63
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	64
3.3.1 Subjek Penelitian.....	64
3.3.2 Objek Penelitian	65
3.4 Definisi Konsep	65
3.5 Unit Analisis	67
3.6 Sumber Data	68
3.7 Teknik Pengumpulan Data	69
3.8 Teknik Keabsahan Data	70
3.9 Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Informan	72

4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	74
4.2.1.1 Definisi Masalah.....	75
4.2.1.2 Perencanaan Strategi Komunikasi.....	78
4.2.1.3 Mengambil tindakan dan pelaksanaan strategi komunikasi.....	82
4.2.1.4 Melakukan evaluasi program.....	85
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.3.1 Media Sosial.....	87
4.3.2 <i>Youtube</i>	87
4.3.3 Kampanye.....	88
4.3.3.1 Jenis Kampanye.....	88
4.3.3.2 Model Kampanye.....	89
4.3.3.3 Pesan Kampanye.....	90
4.3.3.4 Pelaku Kampanye.....	91
4.3.3.5 Perencanaan Kampanye.....	92
4.3.3.6 Evaluasi Kampanye.....	94
4.3.4 Strategi Komunikasi.....	95
4.3.4.1 Mendefinisikan Masalah.....	95
4.3.4.2 Perencanaan dan Strategi.....	95
4.3.4.3 Tahap Pelaksanaan.....	96
4.4.4.4 Melakukan evaluasi program.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran Praktis.....	99
5.3 Saran Akademis.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	103