

DAFTAR ISI

COVER	
ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kajian Teoritis	16
2.2.1 Efektivitas Komunikasi	16
2.2.2 Media PR	20
2.2.3 Jenis-Jenis Media PR	20
2.2.4 Media Sosial	21
2.2.5 Jenis-jenis Media Sosial	23
2.2.6 Facebook	24
2.2.7 Manfaat Facebook	25
2.2.8 Karakteristik Facebook.....	26
2.2.9 Kampanye Public Relations.....	27
2.2.10 <i>Cyber Public Relations</i>	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Populasi Dan Sample	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sample	31
3.3.3 Teknik Penarikan Sample	31
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	32
3.4.1 Definisi Konsep	32
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Data Primer	36
3.5.2 Data Sekunder.....	36
3.6 Teknik Analisa Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Visi dan Misi Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor	40

4.1.2 Struktur Organisasi	41
4.1.3 Tugas dan Peran.....	42
4.2. Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Pengukuran Efektifitas.....	47
4.2.2.1 Dimensi <i>Audience Coverage</i>	47
4.2.2.2 Dimensi <i>Audience Response</i>	48
4.2.2.3 Dimensi <i>Communication Impact</i>	52
4.2.2.4 Dimensi <i>Process of Influence</i>	54
4.2.3 Pengukuran Dimensi Efektifitas	58
4.2.3.1 Dimensi <i>Audience Coverage</i>	59
4.2.3.2 Dimensi <i>Audience Response</i>	60
4.2.3.3 Dimensi <i>Communication Impact</i>	61
4.2.3.4 Dimensi <i>Process of Influence</i>	63
4.2.3.5 Hasil	65
4.3. Pembahasan	66
4.3.1 Analisis Hasil.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75