

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR TABEL	VIII
ABSTRAK	IX
<i>ABSTRACT</i>	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	6
1.3. TUJUAN PENELITIAN	6
1.4. MANFAAT PENELITIAN	6
1.5. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
1.6. KERANGKA KONSEP	14
1.7. METODOLOGI PENELITIAN	15
1.8. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI	19
BAB II PENGELOLAAN AKTIVITAS DAN MEDIA KAMPANYE KOMUNIKASI PUBLIK	
LEMBAGA NEGARA.....	20
2.1. KAMPANYE KOMUNIKASI OLEH HUMAS PEMERINTAH	20
2.2. STRATEGI PEMILIHAN MEDIA: PESO MODEL	25
BAB III MENGENAL LEBIH DEKAT TENTANG BADAN PENGELOLA KEUANGAN HAJI (BPKH)	
.....	32
3.1. BADAN PENGELOLA KEUANGAN HAJI (BPKH)	32
3.2. HUMAS BPKH SEBAGAI PENGELOLA KAMPANYE HAJI MUDA.....	38
BAB IV PEMILIHAN MEDIA KOMUNIKASI BERBASIS PESO MODEL KAMPANYE AYO HAJI	
MUDA OLEH BADAN PENGELOLA KEUANGAN HAJI.....	45
4.1. KAMPANYE "AYO HAJI MUDA" SEBAGAI KAMPANYE KOMUNIKASI	45
4.2. STRATEGI PEMILIHAN MEDIA KOMUNIKASI KAMPANYE "AYO HAJI MUDA"	50
4.3. DISKUSI DAN PEMBAHASAN	66
BAB V PENUTUP	75
1.1. KESIMPULAN.....	75
1.2. SARAN PENELITIAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PESO Model	10
Gambar 1. 2 Tingkat kekayaan medium	11
Gambar 1. 3 Kerangka Konsep Penelitian	15
Gambar 2. 1 Hierarki Media Richness Theory	28
Gambar 2. 2 PESO Model	30
Gambar 3. 1 Logo BPKH RI.....	36
Gambar 3. 2 Komponen warna logo BPKH RI	36
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi BPKH.....	38
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Divisi Humas dan Admin	39
Gambar 3. 5 Akun Instagram @bpkhri.....	42
Gambar 3. 6 Akun Twitter @BPKHRI.....	42
Gambar 3. 7 Halaman BPKH pada Facebook	43
Gambar 3. 8 Akun TikTok @bpkhri.....	43
Gambar 3. 9 Kanal Youtube BPKH RI.....	43
Gambar 3. 10 Halaman website resmi BPKH	44
Gambar 4. 1 Maskot MINA pada video promosi MINA Vlog Competition.....	48
Gambar 4. 2 Maskot EVA pada postingan BPKH.....	48
Gambar 4. 3 Maskot MINA dan EVA pada postingan BPKH	48
Gambar 4. 4 Communication Objective BPKH.....	51
Gambar 4. 5 Communication Framework BPKH.....	51
Gambar 4. 6 MINA Goes to Campus.....	54
Gambar 4. 7 Rebranding Andong Wisata di Jogja	55
Gambar 4. 8 Social Media Advertisement.....	56
Gambar 4. 9 Media Briefing	59
Gambar 4. 10 Formal Media Monitoring Report.....	60
Gambar 4. 11 Social Media Monitoring Report	61
Gambar 4. 12 Konten Ngopu Bareng Ustadz	64
Gambar 4. 13 Web series BPKH: Cita Cita Cinta	65
Gambar 4. 14 Pejuang Haji.....	65
Gambar 4. 15 Website BPKH.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat kekayaan media untuk media baru	12
Tabel 1. 2 Jenis media berdasarkan MRT pada media baru	14
Tabel 1. 3 Pengelompokkan Sumber Data.....	18
Tabel 2. 1 Model prediktif keefektifan media	29
Tabel 2. 2 Maktriks PESO Model.....	31
Tabel 4. 1 Refreshment Hastag.....	52
Tabel 4. 2 Formal Media Monitoring	60
Tabel 4. 3 Penegelompokkan aktivitas berdasarkan PESO Model.....	72
Tabel 4. 4 Pengelompokkan aktivitas media berdasarkan hiearki MRT	73