

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TIM	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
INTISARI	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat teoritis.....	10
2. Manfaat praktis	10
E. Kerangka Pemikiran	11
1. Kampanye digital.....	11
2. Kampanye digital sebagai kampanye <i>public relation</i>	14
3. Media sosial dan kampanye pemerintah.....	18
F. Kerangka Konsep.....	22
G. Metodologi Penelitian	25
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	25
2. Metode Penelitian	26
3. Objek dan Lokasi Penelitian.....	26
4. Informan Penelitian	27
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Teknis Analisis Data.....	29
7. Validitas dan Reliabilitas Data	30

BAB II.....	31
MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i>	
PEMERINTAH.....	31
A. <i>Public Relations</i> Pemerintah Era Digital.....	31
B. Perkembangan Media Sosial Pemerintah	40
C. Media Sosial dan Kampanye <i>Public Relations</i>	53
BAB III	68
PROFIL KEMENTERIAN KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL YANG	
DIGUNAKAN	68
A. Kementerian Keuangan	68
1. Negara Dana Rakca	68
2. Visi, Misi, Nilai-Nilai, dan Perilaku Utama Kementerian Keuangan	69
3. Struktur Organisasi Kementerian Keuangan	71
4. Tugas dan Fungsi Kementerian Keuangan	71
5. SDM Kementerian Keuangan.....	72
B. Biro Komunikasi dan Layanan Informasi	74
1. Tugas dan Fungsi.....	74
2. Visi dan Misi Biro KLI.....	75
3. Struktur Organisasi	76
4. SDM Biro Komunikasi dan Layanan Informasi.....	76
5. Semboyan Biro KLI.....	78
C. Profil Subbagian Publikasi Elektronik	78
D. Profil media sosial @KemenkeuRI	80
1. Twitter @KemenkeuRI.....	80
2. Facebook @KemenkeuRI.....	82
3. Instagram @KemenkeuRI	84
E. Kampanye <i>Public Relations</i> di lingkungan Kemenkeu	86
1. Kampanye Sadar APBN di Biro KLI	86
2. Kampanye di lingkungan Kementerian Keuangan	88

BAB IV	90
KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> UANG KITA DI MEDIA SOSIAL	
@KEMENKEURI	90
A. Deskripsi Identitas Informan	90
1. Informan 1: Penanggung jawab utama	90
2. Informan 2: Penanggung jawab Teknis/Operasional 2014 - 2018	91
3. Informan 3: Penanggung jawab Teknis/Operasional 2019 - sekarang	91
4. Informan 4: Digital Strategist dan Admin Instagram 2017-2018.....	92
5. Informan 5: Digital Strategist dan Admin Instagram 2019-sekarang.....	92
6. Informan 6: Admin Facebook 2018 dan Admin Twitter 2018-sekarang ..	93
7. Informan 7: Admin Facebook 2019-sekarang	93
B. Deskripsi Kampanye Uang Kita	93
1. Identifikasi masalah	93
2. Perencanaan Kampanye.....	102
3. Implementasi Kampanye	114
4. Evaluasi Kampanye	148
C. Analisis Kampanye Uang Kita	155
1. Analisis Identifikasi Permasalahan.....	156
2. Analisis Perencanaan	162
3. Analisis Implementasi	171
4. Analisis Evaluasi	178
BAB V	181
PENUTUP.....	181
A. Kesimpulan.....	181
B. Rekomendasi	186
1. Rekomendasi Akademis	186
2. Rekomendasi Praktis	187
Daftar Pustaka.....	190