

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	6
F. Kerangka Konsep .....	13
G. Metodologi Penelitian .....	16
<b>BAB II KAMPANYE KOMUNIKASI KEMENTERIAN NEGARA .....</b>	<b>21</b>
A. Mengembangkan Strategi Kampanye Pemerintahan .....	21
B. Mengembangkan Komunikasi Pemerintah .....	24
C. Kajian Tentang Kampanye Oleh Lembaga Pemerintahan.....	28
<b>BAB III TINJAUAN UMUM KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN REPUBLIK INDONESIA .....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah Singkat dan Profil Lembaga .....	33
B. Visi dan Misi Kementerian Kelautan dan Perikanan.....	37
C. Tugas dan Fungsi Kementerian Kelautan dan Perikanan.....	40
D. Struktur Organisasi Kementerian Kelautan dan Perikanan.....	41
E. Media Sosial Kementerian Kelautan dan Perikanan .....	46



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

KAMPANYE KOMUNIKASI OLEH KEMENTERIAN NEGARA (Studi Kasus Program Gerakan  
Memasyarakatkan Makan Ikan  
di Indonesia Oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2016-2019)  
BILLY KURNIA A, Lidwina Mutia Sadasri, S.IP.,M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>BAB IV KAMPANYE KOMUNIKASI GERAKAN MEMASYARAKATKAN MAKAN IKAN DI INDONESIA .....</b>	<b>49</b>
A. Deskripsi Penelitian .....	49
B. Temuan .....	50
C. Analisis Data Kampanye Komunikasi Gemarikan.....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>