

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRACT.....	xvi
INTISARI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Kerangka Pemikiran.....	4
1. Manajemen Komunikasi.....	5
2. Kampanye.....	6
3. Manajemen Kampanye.....	9
4. Perencanaan Strategis dalam Manajemen .....	16
F. Kerangka Konsep.....	17
G. Metodologi Penelitian .....	21
1. Pendekatan Penelitian.....	21
2. Sifat Penelitian.....	22

3. Metode Penelitian .....	23
4. Teknik Pengumpulan Data .....	24
5. Teknik Analisis Data .....	28
<b>BAB II MENGELOLA KINERJA TIM DALAM KAMPANYE.....</b>	<b>29</b>
A. Manajemen Komunikasi, <i>Public Relation</i> , Komunikasi Organisasi.....	30
B. Fungsi Manajemen dalam Tim Kerja.....	33
C. Komunikasi Efektif dalam Mengelola Tim.....	34
D. Melihat Komunikasi Efektif dalam Organisasi.....	36
E. Organisasi sebagai Pelaku Kampanye .....	37
F. Kampanye sebagai Bentuk Komunikasi Persuasi.....	40
<b>BAB III KAMPANYE YUK BERJILBAB SYAR'I OLEH PEDULI JILBAB ..</b>	<b>44</b>
A. Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i.....	44
1. Tentang Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i .....	44
2. Program Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i .....	51
3. Fungsi Kampanye yang Dilakukan .....	56
4. Media yang Digunakan .....	60
B. Sejarah Peduli Jilbab .....	68
1. Awal Mula Terbentuk.....	68
2. Perkembangan Peduli Jilbab .....	70
C. Profil Peduli Jilbab .....	71
1. Nama Organisasi .....	71
2. Visi .....	71
3. Logo Organisasi .....	71
4. Struktur Organisasi dan Fungsi .....	72
5. Proses Perekrutan .....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>79</b>
A. Perencanaan Kampanye .....	80
1. Analisis Situasi .....	82
2. Menentukan Tujuan.....	85
3. Mengenali Publik.....	88

4. Menyiapkan Pesan.....	92
5. Menyusun Strategi.....	97
6. Menyusun Taktik.....	102
7. Menetapkan Skala Waktu.....	103
8. Mempersiapkan Sumber Daya .....	105
9. Merencanakan Evaluasi.....	108
10. Merencanakan <i>Review</i> .....	110
B. Pelaksanaan Kampanye.....	111
1. Realisasi Unsur Kampanye.....	112
2. Uji Coba Rencana Kampanye .....	114
3. Tindakan dan Pemantauan Kampanye .....	120
4. Pembuatan Laporan Kemajuan.....	124
C. Evaluasi Kampanye.....	125
D. Perencanaan Strategis.....	127
BAB V PENUTUP.....	130
A. Kesimpulan .....	130
B. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA .....	xviii
Lampiran .....	a

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konsep Manajemen Komunikasi pada Kampanye .....	21
Bagan 2. Struktur Organisasi Peduli Jilbab .....	72
Bagan 3. Struktur Organisasi Peduli Jilbab .....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Aspek Kampanye pada Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i.....	45
Tabel 2. Timeline Peduli Jilbab 2012-2015 .....	54
Tabel 3. Media Komunikasi Tim SPJ .....	61
Tabel 4. Timeline SPJ Goes To.....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i 1.....	46
Gambar 2. Jadwal Divisi Humas Peduli Jilbab .....	47
Gambar 3. Poster Kampanye 'Kriteria Jilbab Syar'i' .....	49
Gambar 4. Bedah Buku "From Jilbab to Akhirat" di Yogyakarta .....	50
Gambar 5. Poster Kajian NOW SPJ Jakarta. ....	56
Gambar 6. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i 2.....	57
Gambar 7. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i 3.....	58
Gambar 8. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i 4.....	59
Gambar 9. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i 5.....	59
Gambar 10. Penampakan Akun Twitter Peduli Jilbab .....	62
Gambar 11. Penampakan akun fanpage Facebook Peduli Jilbab.....	63
Gambar 12. Penampakan Akun Instagram Peduli Jilbab.....	64
Gambar 13. Penampakan Akun Youtube Peduli Jilbab .....	64
Gambar 14. Akun pribadi Tim SPJ dalam Google .....	65
Gambar 15. Booklet Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i .....	66
Gambar 16. Kampanye di Tempat Umum .....	67

Gambar 17. Poster Challenge Shalihat Expo .....	67
Gambar 18. Buku Hasil Tulisan Tim SPJ .....	68
Gambar 19. Logo Peduli Jilbab.....	71
Gambar 20. Postingan Twitter @pedulijilbab tentang Divisi Jilbab Ware dan Tim Kreatif sebelum reformasi.....	75
Gambar 21. Dokumentasi Munas Peduli Jilbab.....	78
Gambar 22. Potongan Notulensi Rapat Koordinasi Nasional 2013.....	81
Gambar 23. Suasana Rapat Persiapan Event SPJ Jakarta .....	84
Gambar 24. Stakeholder Pendukung Kegiatan Kajian NOW di Jakarta.....	90
Gambar 25. Bentuk Dukungan Peduli Jilbab pada Kegiatan Stakeholder ACT... 90	
Gambar 26. Jenis Publik Laten yang Diajak Berjilbab Syar'i pada Kegiatan Tatap Muka .....	91
Gambar 27. SOP Media Sosial Peduli Jilbab.....	92
Gambar 28. Pencantuman Logo yang Benar dalam Art Work .....	93
Gambar 29. Kultwit #Challenge28 @spj_medan 12 Mei 2014 yang Sesuai SOP Media Sosial.....	94
Gambar 30. Kultwit Detail Poster #KopdarSPJBekasi 16 Juli 2014 @spj_bekasi95	
Gambar 31. Art Work Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i dan Caption Penjelas....	96
Gambar 32. Tema Mingguan Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i .....	101
Gambar 33. Tema Mingguan Kampanye Yuk Berjilbab Syar'i .....	104
Gambar 34. Dua Orang Panitia Menyiapkan Kegiatan.....	106
Gambar 35. SOP Pelaporan Kegiatan Regional.....	109
Gambar 36. Jadwal Munas dan Rakornas .....	111
Gambar 37. Kampanye di Tempat Umum .....	113
Gambar 38. Kultwit Tanggapan Larangan Berjilbab Syar'i .....	115
Gambar 39. Tangkapan Layar Sindiran PBNU.....	116
Gambar 40. Kontradiksi dan Sinergi Peduli Jilbab dengan Instansi.....	117
Gambar 41. Kicauan tentang Larangan Berjilbab di Kantor.....	118
Gambar 42. Kultwit #DukungPolwanBerjilbab dari Peduli Jilbab .....	119
Gambar 43. Buku "From Jilbab to Akhirat" karya Tim SPJ .....	121
Gambar 44. Rapat Darurat Manajemen dalam Pemecahan Masalah.....	124

Gambar 45. Penyerahan Kenang-kenangan pada Pembicara kajian NOW SPJ Jakarta .....	125
Gambar 46. Gambaran Peserta Kegiatan NOW SPJ Jakarta .....	126