

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Pemikiran	5
1. Kampanye	5
1.1 Definisi Kampanye	5
1.2 Jenis-jenis Kampanye	8
2. Strategi Pesan	9
2.1 Menganalisis Konstituen atau Khalayak	13
2.2 Menyusun Pesan	15
2.3 Menentukan Metode	23
2.4 Memilih Media	24
2.5 Peranan Komunikator	28
F. Kerangka Konsep	28
G. Metodologi Penelitian	30
1. Sifat dan Pendekatan Penelitian	30
2. Metode Penelitian	30
3. Objek Penelitian	32
4. Teknik Pengumpulan Data	33
5. Teknik Analisis Data	34
6. Validitas dan Reliabilitas	34
BAB II FENOMENA KAMPANYE DALAM PERUSAHAAN	36
A. Fenomena Kampanye dalam Perusahaan	36
B. Peran Pesan dalam Kampanye	41
C. Penelitian Terdahulu	47
BAB III PROFIL PT. PLN (Persero)	51
A. Sejarah dan Perkembangan PT. PLN (Persero)	51

B. Core Bisnis	54
C. Komunikasi Korporat	60
BAB IV TEMUAN DATA DAN ANALISIS	65
A. Latar Belakang Kampanye PLN Bersih	65
B. Perencanaan Pesan Kampanye PLN Bersih	69
1. Khalayak	69
2. Pemilihan Media	72
3. Perencanaan Pesan	80
4. Penentuan Metode	84
5. Penentuan Komunikator	85
C. Implementasi Strategi Pesan Kampanye PLN Bersih	87
D. Analisis Strategi Pesan Kampanye PLN Bersih	99
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	123
B. Saran	125
Daftar Pustaka	
Transkrip Wawancara	