

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL, BAGAN, DAN GAMBAR.....	v
ABSTRAK.....	1
BAB I.....	3
PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori Peran.....	12
2.3 Model Nowak & Warneryd Campaign.....	14
2.3.1 <i>The Intended Effect</i>	15
2.3.2 <i>Competiting Commnunication</i>	15
2.3.3 <i>The Communication Object</i>	15
2.3.4 <i>Target Population and The receiving Group</i>	15
2.3.5 <i>The Channel</i>	15
2.3.6 <i>The Message</i>	15
2.3.7 <i>Communicator</i>	16
2.3.8 <i>The obtained effect</i>	16
2.4 Definisi Peran.....	18
2.5 Penyampaian Komunikasi Publik dan Kampanye Hubungan Masyarakat....	20
2.6 Kampanye <i>Public Relations</i>	22
2.6.1 Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	22
2.6.2 Jenis-Jenis Kampanye.....	23
2.6.3 Teknik Kampanye.....	23

2.6.4 Hambatan dalam Kampanye.....	25
2.7 Budaya Sulawesi Selatan.....	25
2.7.1 Suku-Suku Bangsa.....	26
2.7.2 Suku Bangsa Toraja	26
2.7.3 Suku Bangsa Bugis-Makassar	26
2.7.4 Bahasa-bahasa Daerah	27
2.7.5 Pakaian Adat.....	27
2.7.6 Upacara Adat.....	28
2.7.7 Tarian Tradisional.....	28
2.7.8 Alat Musik Tradisional.....	29
2.7.9 Senjata Tradisional.....	29
2.7.10 Lagu Daerah.....	30
2.7.11 Hasil Kerajinan.....	30
2.8 Kerangka Pemikiran	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian	33
3.2.1 Objek Penelitian	34
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.4 <i>Informan</i> dan <i>Key Informan</i>	34
3.4.1 <i>Informan</i>	34
3.4.2 <i>Key Informan</i>	35
3.5 Instrument Penelitian.....	35
3.5.1 Data Primer	35
3.5.2 Data Sekunder	36
3.6 Keabsahan Data.....	37
3.7 Analisis Data.....	37
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil dan Pembahasan	38
BAB V.....	47
PENTUP	47

5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR REFERENSI	50



DAFTAR TABEL, BAGAN, DAN GAMBAR

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Desain Studi Kasus.....	29
Bagan 2.1 <i>Model Nowak & Warneryd Campaign</i>	12
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 2.1 <i>A conceptual Map of the PR and PCC Domains</i>	12