

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	10
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	12
2.1 Strategi	12
2.1.1 Pengertian Strategi	12
2.1.2 Tahapan Strategi.....	14
2.2 Komunikasi.....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.2.2 Tahapan Komunikasi.....	21
2.2.3 Tujuan Komunikasi.....	22
2.2.4 Hambatan Komunikasi.....	23
2.3 Strategi Komunikasi.....	25
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	25
2.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	26
2.3.3 Proses Strategi Komunikasi.....	28
2.3.4 Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi.....	30
2.3.3 Teori Harold Laswell.....	33

2.4 Strategi Komunikasi Kesehatan	34
2.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi Kesehatan.....	34
2.4.2 Tujuan Strategi Komunikasi Kesehatan.....	39
2.4.3 Model Strategi Komunikasi Kesehatan John Hopkins	41
2.5 Sosialisasi Thalassaemia.....	47
2.6 Penelitian Terdahulu.....	50
2.7 Kerangka Penelitian.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Desain Penelitian.....	54
3.1.1 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	54
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	57
3.2.1 Subjek Penelitian.....	58
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	60
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	60
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.3.1 Instrumen Penelitian.....	63
3.4 Teknik Analisis Data.....	69
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	71
3.5.1 Uji Keabsahan Data.....	71
3.5.2 <i>Membercheck</i>	71
BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Profil Perusahaan	73
4.1.1 Sejarah YTI di Kota Bandung.....	73
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	74
4.1.3 Kegiatan YTI di Kota Bandung	75
4.1.4 Struktur Organisasi YTI di Kota Bandung.....	78
4.2 Profil Subjek Penelitian	82
4.2.1 Profil Subjek Utama.....	82
4.2.2 Profil Subjek Pendukung	84
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	85
4.3.1 Analisis Situasi.....	85
4.3.1.1 Identifikasi Masalah Kesehatan	86
4.3.1.2 Identifikasi Sasaran <i>Audience</i>	98
4.3.1.3 Identifikasi Hambatan Komunikasi	105
4.3.1.4 Identifikasi Key Influencer <i>Audience</i>	115

4.3.1.5 Identifikasi Partner Kerja	121
4.3.1.6 Identifikasi Analisis SWOT	130
4.3.2 Rancangan Strategis Komunikasi	139
4.3.2.1 Strategi Pemilihan Komunikator.....	139
4.3.2.2 Strategi Penyajian Pesan	148
4.3.2.3 Strategi Pengenalan <i>Audience</i>	155
4.3.2.4 Strategi Pemilihan Media.....	161
4.3.2.5 Strategi Penentuan Efek	170
4.3.3 Uji Coba Pengembangan	177
4.3.4 Implementasi dan Monitoring	183
4.3.5 Evaluasi	192
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	199
5.1 Kesimpulan Penelitian	199
5.2 Implikasi	202
5.2.1 Implikasi Akademis	202
5.2.2 Implikasi Praktis	203
5.3 Rekomendasi.....	
5.3.1 Rekomendasi Akademis.....	203
5.3.2 Rekomendasi Praktis.....	203
DAFTAR PUSTAKA	205
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1 Tabel Matriks Skripsi	
Lampiran 2 Instrumen Wawancara	
Lampiran 3 <i>Membercheck</i> Subjek	
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	
Lampiran 5 Tabel Cek Plagiarisme	
Lampiran 6 Dokumentasi	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
Tabel 3.1 Matriks Instrumen Penelitian	64
Tabel 4.1 Matriks Wawancara Identifikasi Masalah	90
Tabel 4.2 Identifikasi Masalah.....	96
Tabel 4.3 Matriks Wawancara Identifikasi Sasaran <i>Audience</i>	100
Tabel 4.4 Identifikasi Sasaran <i>Audience</i>	104
Tabel 4.5 Matriks Wawancara Identifikasi Hambatan Komunikasi.....	108
Tabel 4.6 Identifikasi Hambatan Komunikasi.....	113
Tabel 4.7 Matriks Wawancara Identifikasi <i>Key Influencer Audience</i>	117
Tabel 4.8 Identifikasi <i>Key Influencer Audience</i>	120
Tabel 4.9 Matriks Wawancara Identifikasi <i>Partner Kerja</i>	126
Tabel 4.10 Identifikasi <i>Partner Kerja</i>	129
Tabel 4.11 Matriks Wawancara Analisis SWOT	133
Tabel 4.12 Analisis SWOT	138
Tabel 4.13 Matriks Wawancara Strategi Pemilihan Komunikator	144
Tabel 4.14 Strategi Pemilihan Komunikator.....	147
Tabel 4.15 Matriks Wawancara Strategi Penyajian Pesan.....	151
Tabel 4.16 Strategi Penyajian Pesan	154
Tabel 4.17 Matriks Wawancara Strategi Pengenalan <i>Audience</i>	158
Tabel 4.18 Strategi Pengenalan <i>Audience</i>	160
Tabel 4.19 Matriks Wawancara Strategi Pemilihan Media	167
Tabel 4.20 Strategi Pemilihan Media.....	169
Tabel 4.21 Matriks Wawancara Strategi Penentuan Efek.....	172
Tabel 4.22 Strategi Penentuan Efek	176
Tabel 4.23 Matriks Wawancara Uji Coba Pengembangan	179
Tabel 4.24 Uji Coba Pengembangan.....	182
Tabel 4.25 Matriks Wawancara Implementasi dan Monitoring	188
Tabel 4.26 Implementasi dan Monitoring.....	192
Tabel 4.27 Matriks Wawancara Evaluasi	195
Tabel 4.28 Evaluasi.....	198

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Strategi Komunikasi Kesehatan.....	47
Gambar 4.1 Logo Yayasan Thalassaemia Indonesia	74
Gambar 4.2 Edukasi Thalassaemia YTI Kota Bandung	76
Gambar 4.3 Skrining Thalassaemia YTI Kota Bandung.	77
Gambar 4.4 Konseling Genetika.....	78
Gambar 4.5 Struktur Organisasi YTI Kota Bandung.....	81
Gambar 4.6 <i>Talkshow</i> Radio PR FM	124
Gambar 4.7 Media <i>Partnership</i> PR FM.....	124
Gambar 4.8 Publikasi Stasiun TV.....	125
Gambar 4.9 Sosialisasi Thalassaemia Oleh Dokter	141
Gambar 4.10 Sosialisasi Thalassaemia Oleh Thallasaemia	142
Gambar 4.11 <i>Audience</i> Sosialisasi	156
Gambar 4.12 Liputan Sosialisasi Oleh TVRI	162
Gambar 4.13 <i>Talkshow</i> Radio di PR FM	163
Gambar 4.14 <i>Banner</i> Sosialisasi Thalassaemia	164
Gambar 4.15 Brosur, Buku, dan Poster Sosialisasi Thalassaemia.....	165
Gambar 4.16 Implementasi Sosialisasi Thalassaemia	184
Gambar 4.17 Implementasi <i>Event</i> Sosialisasi Thalassaemia	185
Gambar 4.18 Implementasi Senam Sosialisasi Thalassaemia	185
Gambar 4.19 Kegiatan <i>Monitoring</i> Sosialisasi Thalassaemia	186