

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Konsep	13
1.5.1 Evaluasi Proses	13
1.5.2 Evaluasi <i>Outcomes</i>	16
1.6 Kerangka Pemikiran	18
BAB II.....	21
2.1 Pemasaran Sosial	21
2.2 Kampanye Komunikasi	22
2.3 Kampanye Perubahan Perilaku Individu	25
2.4 Evaluasi Kampanye Komunikasi	26
2.4.1 Evaluasi Proses	27
2.4.2 Evaluasi <i>Outcomes</i>	30
2.5 Penelitian Terdahulu	33

BAB III	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian	40
3.4 Sumber Data	40
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik pengumpulan data.....	42
3.5.1 Wawancara Mendalam.....	42
3.5.2 Observasi (Pengamatan)	45
3.5.3 Dokumentasi	45
3.6 Uji Validitas	46
3.6.1 Triangulasi Sumber	47
3.6.2 Triangulasi Metode	48
3.7 Teknik analisis data	48
3.7.1 <i>Data Condensation</i>	48
3.7.2 <i>Data Display</i>	49
3.7.3 <i>Drawing and Verifying Conclusion</i>	49
BAB IV	51
4.1 Profil Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bank Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta.....	51
4.2 Perencanaan Kampanye “Jogja QRISTimewa”.....	55
4.3 Kampanye “Jogja QRISTimewa”	60
4.4 Evaluasi Proses Kampanye Komunikasi “Jogja QRISTimewa”	66
4.5 Dampak <i>Outcomes</i> kampanye	76
4.6 Pembahasan	81
4.6.1 Evaluasi Proses Kampanye “Jogja QRISTimewa” pada pelaku UMKM....	81
4.6.2 Evaluasi <i>Outcomes</i> Kampanye “Jogja QRISTimewa” dalam Meningkatkan Implementasi Sistem Pembayaran Nontunai QRIS pada pelaku UMKM.....	90
BAB V.....	99

5.1	Simpulan	99
2.	Evaluasi Dampak / <i>Outcomes</i> Kampanye “Jogja QRIStimewa” dalam meningkatkan implementasi QRIS pada pelaku UMKM di Yogyakarta.....	100
5.2	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN.....		106
TRANSKRIP WAWANCARA.....		107
DOKUMENTASI.....		132