

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	25
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	25
1.5.2 Kegunaan Praktis	26
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian.....	29
2.1.1 Kampanye	29
2.1.2 Jenis Kampanye.....	30
2.1.3 Tujuan Kampanye	31
2.1.4 Model Perencanaan Strategis Kampanye PR.....	31
2.1.5 Efektivitas Campaign.....	34
2.1.6 Sustainability.....	36
2.1.7 Kesadaran Sosial	37
2.1.8 Pemasaran Digital	41
2.1.9 Pemasaran Media Sosial	42
2.1.10 Media Sosial Youtube	44
2.1.11 Pengukuran Performance Pemasaran Media Sosial.....	46

2.2	Penelitian Terdahulu	50
2.3	Kerangka Pemikiran	58
BAB III METODE PENELITIAN.....		68
3.1	Jenis Penelitian.....	68
3.2	Operasional Variabel.....	71
3.3	Tahapan Penelitian	86
3.4	Situasi Sosial dan Narasumber	87
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	88
3.6	Uji Validitas	95
3.7	Teknik Analisis Data.....	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		106
4.1	Hasil Penelitian.....	106
4.1.1	Wawancara dilakukan dengan Luthfi Budiman, ST, M.BA selaku Penyuluh Lingkungan Hidup Ahli Muda (R1) dan membicarakan hal pokok sebagai berikut.	108
4.1.2	Wawancara Dilakukan Dengan Pak Yanto Sebagai Pendamping Kawasan Bebas Sampah Pada Bidang Pengelolaan Persampahan dan Limbah Bahan Berbahaya Beracun (PPLB3) Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung (R3).....	116
4.1.3	Wawancara Dilakukan Dengan Pak Samsul Sebagai Edukator Kawasan Bebas Sampah (R2) di Sekolah Kang Pisman DLH Kota Bandung.....	123
4.1.4	Wawancara Dilakukan Dengan Nindia Sebagai Aktor Kampanye (R4) dan membicarakan hal pokok sebagai berikut :	135
4.1.5	Wawancara dilakukan dengan Adhi Susatyo. S.T.,M.T selaku peneliti dan praktisi yang bertanggung jawab mengelola media social Instagram dan website SDGs Center UNPAD (R5) dan membicarakan hal pokok sebagai berikut :	139
4.1.6	Wawancara dilakukan dengan Fagar Fertiwi Fardah Tunisa Ahmad, S.M., M.M selaku Dosen di Universitas Muhammadiyah Palembang (R6) dan membicarakan hal pokok sebagai berikut :	143
4.1.7	Wawancara Dilakukan Dengan Miftah Sebagai Aktor Kampanye (R7) dan membicarakan hal pokok sebagai berikut :	147
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	152
4.2.1	Analisis.....	188
4.2.2	Aims.....	190
4.2.3	Objective.....	191
4.2.4	Stakeholder & Public	192
4.2.5	Pesan (<i>content</i>).....	193

4.2.6	Strategy	195
4.2.7	Tactic	198
4.2.8	Skala Waktu (<i>Timescale</i>).....	199
4.2.9	Sumber Daya (<i>Resource</i>)	200
4.2.10	Pengawasan dan Monitoring	201
4.2.11	Evaluasi.....	202
BAB V KESIMPULAN		204
5.1	Kesimpulan.....	204
5.2	Saran	205
5.2.1	Saran Akademisi	206
5.2.2	Saran Praktis	207
DAFTAR PUSTAKA		209
LAMPIRAN.....		223