

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Penelitian	16
1.2 Identifikasi Masalah.....	20
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.5.1 Aspek Teoritis.....	21
1.5.2 Aspek Praktis.....	22
1.6 Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Teori Umum ke Teori Khusus	25
2.1.1 Unsur Sinematik dalam Film.....	25
2.1.2 Media Video sebagai <i>Medium</i>	31
2.1.3 Video Kampanye atau <i>Campaign Video</i>	32
2.1.4 Teori Komunikasi Persuasif	32
2.1.5 Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	33
2.1.6 Teori <i>Framing</i> : Robert Entman	34
2.1.7 Pendekatan Desain Sosial	34
2.1.8 Teori Kesadaran Masyarakat	35

2.1.9 Teori Menjaga Lingkungan	36
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Asumsi atau Preposisi Penelitian.....	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	46
3.3 Fokus Penelitian	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Uji Validitas Data.....	47
3.6 Metode Analisis Data	48
3.7 Penarikan Kesimpulan	48
3.8 Skema Alur Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Deskripsi Video Kampanye Waste4Change	50
4.1.2 Identitas Video Refleksi Hari Peduli Sampah 2022	51
4.1.3 Sinopsis/Ringkasan Isi Video <i>Refleksi Hari Peduli Sampah 2022</i>	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Penerapan unsur sinematik dan <i>storytelling</i> yang membangun kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan pada video kampanye <i>Refleksi Hari Peduli Sampah 2022</i>	53
4.2.2 Data Hasil Wawancara	76
4.2.3 Data Hasil Kuesioner	85
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.3.1 Penerapan Unsur Sinematik dan Unsur Narasi <i>Storytelling</i> pada Video Kampanye “Refleksi Hari Peduli Sampah 2022” untuk Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Menjaga Lingkungan	87

4.3.2 Kontribusi Unsur Sinematik dan Narasi <i>Storytelling</i> Dalam Menyampaikan Pesan Kesadaran Menjaga Lingkungan berdasarkan Teori <i>Framing</i> menurut Robert Entman	90
4.3.3 Pendekatan Media Komunikasi Persuasif pada Video Kampanye Waste4Change untuk Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Menjaga Lingkungan.....	99
4.4 Penarikan Kesimpulan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	112