

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| <i>RINGKESAN</i> | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Konteks Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian | 12 |
| 1.2.1 Fokus Penelitian..... | 12 |
| 1.2.2 Pertanyaan Penelitian..... | 13 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 13 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| BAB II | 15 |
| KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN | 15 |
| 2.1 Kajian Literatur | 15 |
| 2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis..... | 15 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 20 |
| 2.2.1 Komunikasi..... | 20 |
| 2.2.2 Komunikasi Lingkungan..... | 23 |
| 2.2.3 Kampanye | 28 |
| 2.2.4 Sampah Makanan | 31 |
| 2.2.5 Media..... | 34 |
| 2.2.6 Instagram..... | 38 |
| 2.3 Kerangka Teoritis..... | 40 |
| 2.3.1 Teori Persuasi..... | 40 |
| 2.3.2 Model Kampanye Ostergaard | 45 |
| 2.4 Kerangka Penelitian..... | 48 |

| | |
|--|------------|
| BAB III..... | 52 |
| SUBJEK, OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN | 52 |
| 3.1 Subjek Penelitian | 52 |
| 3.2 Objek Penelitian | 53 |
| 3.2.1 Profil Greeneration Foundation | 54 |
| 3.2.2 Misi Greeneration Foundation | 54 |
| 3.2.3 Program Greeneration..... | 54 |
| 3.3 Metodologi Penelitian | 55 |
| 3.3.1 Paradigma Penelitian..... | 56 |
| 3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data | 57 |
| 3.3.3 Rancangan Analisis Data..... | 59 |
| 3.3.4 Kredibilitas dan Keabsahan Data Hasil Penelitian..... | 61 |
| 3.4 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian | 61 |
| 3.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian..... | 62 |
| 3.5.1 Lokasi Penelitian | 62 |
| 3.5.2 Jadwal Penelitian | 63 |
| BAB IV | 64 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 64 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 64 |
| 4.1.1 Deskripsi Informan Penelitian..... | 65 |
| 4.1.2 Cara Analisis Khalayak yang Dilakukan Greeneration Dalam Melaksanakan Kampanye di Instagram..... | 67 |
| 4.1.3 Merumuskan Pesan Untuk Pelaksanaan Kampanye Sampah Makanan di Instagram..... | 72 |
| 4.1.4 Pemilihan Saluran yang Dipilih Dalam Melaksanakan Kampanye di Instagram | 78 |
| 4.2 Pembahasan Penelitian | 82 |
| 4.2.1 Cara Analisis Khalayak yang Dilakukan Greeneration | 82 |
| 4.2.2 Merumuskan Pesan Untuk Pelaksanaan Kampanye Sampah Makanan di Instagram..... | 84 |
| 4.2.3 Pemilihan Saluran yang Dipilih Dalam Melaksanakan Kampanye di Instagram | 87 |
| 4.3.4 Keterkaitan Hasil Penelitian Kampanye Komunikasi Tentang Sampah Makanan Melalui Instagram @greenerationid Dengan Teori Persuasif..... | 93 |
| BAB V..... | 100 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 100 |

| | |
|----------------------------|------------|
| 5.1 Simpulan..... | 100 |
| 5.2 Saran..... | 102 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 103 |