

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	7
F. Definisi Konsep	9
G. Kerangka Pikir Penelitian	14
H. Metode Penelitian	16
1. Pendekatan Penelitian	16
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian	18
3. Jenis dan Sumber Data	18
4. Tahap-tahap Penelitian	20
5. Teknik Pengumpulan Data	23
6. Teknik Analisis Data	24
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	25
I. Sistematika Pembahasan	26

BAB II : MANAJEMEN KAMPANYE SOSIAL TENTANG KESADARAN LINGKUNGAN

A. Manajemen Kampanye

1. Kampanye Sosial Sebagai Komunikasi Publik	27
2. Kampanye Dalam Perspektif Komunikasi dan <i>Public Relation</i>	29
3. Jenis-jenis Kampanye	33
4. Model-Model Kampanye	35
a. Model Komponensial Kampanye	36
b. Model Kampanye Ostegaard	37
c. <i>The Five Functional Stages Development Model</i>	40
d. <i>The Communicative Functions Model</i>	42
e. Model Kampanye <i>Nowak dan Warneryd</i>	44
f. <i>The Diffusion Of Inovation Model</i>	47
g. Model Proses Komunikasi Umum (Kampanye)	48
5. Kampanye dan Manajemen Kampanye	50
6. Pengaruh Pesan Terhadap Keberhasilan Kampanye	51
a. Isi Pesan	51
b. Struktur Pesan	53
7. Tindakan dan Pemantauan Kampanye	58
a. Adaptif	58
b. Antisipatif	58
c. Orientasi Pemecahan Masalah	59
d. Integratif dan Koordinatif	59
8. Kesadaran Lingkungan	60
a. Ekosistem Mata Air	61
b. Perizinan, Pengawasan dan Pemantauan	63
B. Kajian Teoritik	
1. Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers	64
a. Unsur-Unsur Difusi Inovasi	65
b. Atribut Difusi Inovasi	66

c. Sifat Sasaran	67
d. Tahap Pengambilan Keputusan (<i>Decision</i>).....	67
e. Agen-Agen Perubahan.....	68

BAB III : PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek Penelitian	
1. Profil Umum Kota Gresik.....	70
2. Profil Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik.....	71
3. Visi, Misi dan Tujuan	72
4. Struktur Organisasi Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton	74
5. Peran Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton bagi Lingkungan	74
6. Sarana, Prasarana, Logo dan Slogan Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik.....	79
7. Profil Informan	80
B. Deskripsi Data Penelitian	
1. Proses Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik Melakukan Kampanye Sosial Tentang Kesadaran Lingkungan.....	86
a. Bentuk Pesan Lembaga dalam Upaya Mengembalikan Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan.....	86
b. Perencanaan dan Pelaksanaan Tindakan Kampanye Sosial yang dilakukan Oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Lingkungan	92

c. Evaluasi Kampanye Sosial Tentang Kesadaran Lingkungan Oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik	99
3. Program dan Aktivitas yang dilakukan Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Lingkungan	101

BAB IV : ANALISIS KAMPANYE SOSIAL TENTANG KESADARAN LINGKUNGAN

A. Temuan Penelitian	
1. Strategi Kampanye Oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Tentang Kesadaran Lingkungan	107
2. Komunikasi Organisasi Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Untuk Kampanye Sosial Tentang Kesadaran Lingkungan	108
a. <i>Upward Communication</i> Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik	109
b. <i>Downward Communication</i> Pemerintah Kepada Masyarakat Mengenai Regulasi Terbaru	111
3. Kampanye Secara Sistematis Membentuk Persepsi Tertentu dalam Pikiran Khalayak Tentang Gagasan yang disodorkan	112
4. Kampanye Persuasif Melalui Beberapa Tahapan	114
5. Kampanye Nyata Melalui Saluran Media	116
6. Komunikasi Setara Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik Untuk Pemberdayaan Masyarakat dalam Kesadaran Lingkungan	118

a. <i>Sharing Communication</i> Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton dengan Masyarakat.....	118
b. Komunikasi Dialogis Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik dengan Masyarakat.....	120
7. Komponen-Komponen Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik Tentang Kesadaran Lingkungan	122
a. Proposal Sebagai Syarat Pengajuan Dana ke Pemerintah	122
b. Tenaga Ahli yang Kompeten Sebagai Komunikator	123
B. Konfirmasi dengan Teori	
1. Strategi Kampanye Melalui Saluran Media.....	126
2. Aliran Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan Ecoton Gresik (<i>Upward dan Downward Communication</i>).....	128
3. Komunikasi Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat.....	130
4. Kampanye dalam Sudut Pandang Islam	132
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	134
B. Rekomendasi.....	136

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

