

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Keaslian Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Tinjauan Pustaka.....	19
2.1.1 Komunikasi Strategis untuk Pembangunan Masyarakat Adat Berkelanjutan.....	19
2.1.2 Komunikasi Strategis untuk Mengelola <i>Stakeholder</i>	21
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1. Pembangunan Berkelanjutan.....	23
2.2.1.1 Kemitraan untuk Mencapai Tujuan.....	25
2.2.2 Gerakan Masyarakat Adat.....	27
2.2.3 Komunikasi Strategis.....	29
2.2.3.1 Komunikasi Strategis untuk Pembangunan Berkelanjutan.....	30
2.2.3.2 Cabang Mobilisasi Masyarakat Sipil.....	34
2.2.3.3 Tahapan Komunikasi Strategis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Metode Dasar.....	50
3.2. Metode Pemilihan Lokasi.....	54
3.3. Sumber Data.....	54
3.4. Teknik Pemilihan Informan.....	54

3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	56
3.6.	Validitas Data	62
3.7.	Metode Analisis Data	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1.	4.1. Hasil Penelitian.....	71
4.1.1	.1.1. Profil Subjek Penelitian	73
4.1.1.1.	Profil PB AMAN	73
4.1.1.1.1.	Tugas dan Bagian dan Sub-Bagian Proker PB AMAN.....	75
4.1.1.2.	Profil Infokom PB.....	77
4.1.1.2.1.	Proker Infokom PB	77
4.1.2.	Keberlanjutan dalam Pembangunan Masyarakat Adat	80
4.1.3.	Komunikasi Strategis AMAN melalui Media Perantara.....	84
4.1.3.1.	Identifikasi Stakeholder	84
4.1.3.1.1.	Stakeholder Internal.....	86
4.1.3.1.2.	Stakeholders Eksternal.....	88
4.1.3.2.	Pemilihan Media.....	94
4.1.3.2.1.	Radio <i>Streaming</i> dan Spotify	94
4.1.3.2.2.	Media Sosial	95
4.1.3.2.3.	Website	98
4.1.3.2.4.	Majalah	99
4.1.3.3.	Pewacanaan Pesan	101
4.1.3.3.1.	Pewacanaan.....	101
4.1.3.3.2.	Produksi Pesan.....	120
4.2	Pembahasan	128
4.2.1	Sinkronisasi Holistik Komunikasi Strategis dengan Problem Pembangunan MA.....	128
4.2.2	Mengelola <i>Stakeholders</i> dengan Pendekatan Konflik dan Kemitraan	137
4.2.3	Pemilihan Media Sensitif Stakeholder.....	145
4.2.4	Penguatan Urgensi Peran Masyarakat Adat dalam Pewacanaan dan Pesan.....	148
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		154
5.1.	Simpulan.....	154
5.2.	Saran	156

DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	163

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tren Topik Penelitian Komunikasi Strategis	9
Tabel 1. 2 Tren Topik Penelitian Komunikasi Strategis	11
Tabel 1. 3 Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Rincian Informan	56
Tabel 4. 1 Tujuan dan Bidang Proker AMAN.....	76
Tabel 4. 2 Stakeholders AMAN teridentifikasi	85
Tabel 4. 3 Media Komunikasi Strategis AMAN.....	100
Tabel 4. 4 Pewacanaan Isu RUU Masyarakat Adat	105
Tabel 4. 5 Pewacanaan Isu UU IKN	107
Tabel 4. 6 Pewacanaan Isu UU Ciptaker	108
Tabel 4. 7 Pewacanaan Isu Kasus	111
Tabel 4. 8 Pewacanaan Isu Kebudayaan Komunitas Adat.....	113
Tabel 4. 9 Pewacanaan Isu Dana Nusantara	115
Tabel 4. 10 Pewacanaan Isu Gerakan Pulang Kampung.....	117
Tabel 4. 11 Pewacanaan Isu Sekolah Adat	119
Tabel 4. 12 Distribusi Konten dalam Media AMAN.....	127
Tabel 4. 13 Jaringan Stakeholder PB AMAN.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Sustainable Development Goals 2016-2030	25
Gambar 2. 3 Model Hubungan Organisasi - Stakeholders.....	37
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3. 1 Analisis Data Penelitian Kualitatif.....	70
Gambar 4. 1 Struktur Kepengurusan AMAN	74
Gambar 4. 2 Program Kerja AMAN yang Dilaksanakan Infokom PB.....	78
Gambar 4. 3 Tampilan profil Radio Gaung Aman di Spotify (atas) dan radio website (bawah)	95
Gambar 4. 4 Tampilan profil facebook, twitter (tengah), dan instagram AMAN.....	97
Gambar 4. 5 Majalah Gaung AMAN, edisi	99