

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
Abstrak .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
D.1. Manfaat akademis/ Teoritis Konseptual .....	12
D.2. Manfaat praktis .....	13
D.2.1. Pembaca.....	13
D.2.2. Praktisi .....	13
E. Kebaruan Penelitian.....	13
F. Kerangka Konsep dan Model Penelitian .....	14
G. Sistematika Pembagian Bab .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
A. Kampanye Sosial dalam Ranah Digital .....	16
B. Kampanye Sosial dalam Perspektif Komunikasi.....	17
C. Sociopreneurship berbasis Food Bank .....	23
D. Media Sosial sebagai Sarana Pelaksanaan Kampanye Sosial .....	27
BAB III METODOLOGI .....	30
A. Paradigma Penelitian .....	30
B. Metode Penelitian .....	30

C.	Jenis data dan teknik pengambilan data .....	31
C.1.	Studi Dokumen dan Rekaman Arsip .....	31
C.2.	Wawancara Terstruktur dan Mendalam .....	31
C.3.	Observasi Partisipan .....	32
D.1.	Pencocokan Pola .....	32
D.2.	Pembuatan Eksplanasi .....	34
D.3.	Analisis Deret Waktu .....	34
F.1.	Sejarah Berdirinya Garda Pangan .....	35
F.2.	Manajemen Garda Pangan .....	36
F.3.	Konsep Kemitraan Garda Pangan .....	36
F.4.	Kampanye Food Waste oleh Garda Pangan .....	37
F.5.	Program Kampanye Garda Pangan .....	38
F.5.1.	Food Rescue .....	38
F.5.2.	Gleaning .....	39
F.5.3.	Food Drive .....	39
F.5.4.	Wedding & event .....	39
F.5.5.	Kids Education .....	39
F.6.	Penerima Manfaat Garda Pangan .....	39
F.7.	Relawan Garda Pangan .....	42
F.8.	Mitra Garda Pangan .....	43
F.9.	Penghargaan yang diperoleh Garda Pangan .....	44
F.10.	Mitra Garda Pangan .....	45
F.11.	Dua Jenis Relawan Garda Pangan .....	46
F.12.	Sistem Digital dalam Perekrutan Relawan .....	47
BAB IV	TEMUAN DAN DISKUSI .....	48

A.1. Pelaksanaan Kampanye Sosial dalam Perspektif Komunikasi di Media Digital berdasarkan Taksonomi Dorfman di tahun 2022 .....	51
A.2. Strategi Komunikasi Garda Pangan untuk Sosialisasi Program Mengurangi Food Waste .....	74
BAB V PENUTUP .....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran .....	99
Daftar pustaka.....	100
LAMPIRAN .....	109

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Tinjauan Pustaka/Penelitian Terdahulu (Kebaruan Peneliti) .....	9
Tabel 4. 1 Pembabakan Fokus Kampanye Sosial dalam Media Sosial Berdasarkan Periode Tahun.....	76

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3. 1 Website Garda Pangan.....	37
Gambar 3. 2 Instagram Garda Pangan.....	38
Gambar 3. 3 Panduan SOP Food rescue.....	41
Gambar 3. 4 SOP Penyortiran .....	42
Gambar 3. 5 Alur Food Rescue .....	44
Gambar 4. 1 Kegiatan Bersama Relawan Garda Pangan .....	46
Gambar 4. 2 Tampilan Website Garda Pangan .....	74
Gambar 4. 3 Instagram Garda Pangan.....	75
Gambar 4. 4 Konten Lumbung Alum.....	88
Gambar 4. 5 Potret Kekeluargaan di Kegiatan Garda Pangan .....	81
Gambar 4. 6 Citra dan Dukungan Posistif dari Masyarakat .....	67
Gambar 4. 7 Policy Brief yang dipublikasikan Garda Pangan .....	55
Gambar 4. 8 Contoh Caption dan Narasi pada Konten Garda Pangan.....	56
Gambar 4. 9 Konten dan Acara yang Menampilkan Sosok Eva Bachtiar.....	82
Gambar 4. 10 Konten Edukatif dan Respon Followers.....	86
Gambar 4. 11 Konten Naratif Terkait Sumbangan Pangan dari Mitra Nutrifood.....	87

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1. 1 Kerangka Teori.....	20
Bagan 4. 1 Mekanisme Sociopreneurship Berbasis Food Bank oleh Garda Pangan .....	93