

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN DAN TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Pustaka.....	13
2.2. Landasan Teori.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Metode Dasar.....	44
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4. Jenis Data.....	47
3.5. Pembatasan Masalah.....	48
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	49
3.7. Definisi Operasional.....	50
3.8. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV KEBIJAKAN KOMUNIKASI BAPPENAS RI DALAM KAMPANYE SDGs.....	56
4.1. Kebijakan Komunikasi.....	56
4.2. Pemangku Kepentingan ( <i>stakeholders</i> ) dalam Kampanye SDGs.....	58

4.3. Prinsip Kemitraan dalam Kampanye SDGs di Indonesia.....	61	
<b>BAB V PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PROGRAM</b>		
KAMPANYE SDGs OLEH SEKNAS SDGs INDONESIA.....	70	
5.1. Perencanaan dan Pengembangan Kampanye berdasarkan Tujuan.....	70	
5.2. Perencanaan dan Pengembangan Kampanye berdasarkan Pesan.....	72	
5.3. Perencanaan dan Pengembangan kampanye berdasarkan Saluran.....	76	
<b>BAB VI PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL OLEH SEKRETARIAT</b>		
NASIONAL SDGS INDONESIA PERENCANAAN KONTEN SDGs .....	89	
6.1. Sumber Daya Manusia.....	90	
6.2. Lingkup Kerja Media.....	93	
6.3. Pelaksanaan Pengelolaan Media.....	111	
<b>BAB VII PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL OLEH SEKNAS SDGS</b>		
INDONESIA DALAM KAMPANYE TPB/SDGS.....	116	
7.1. Tampilan.....	116	
7.2. Konten Pesan dan Rubrikasi.....	127	
7.3. Interaksi Pelanggan.....	143	
<b>BAB VIII KESIMPULAN .....</b>		158
8.1. Kesimpulan.....	158	
8.2. Saran Penelitian .....	160	
DAFTAR PUSTAKA.....	162	