

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN, GAMBAR, TABEL, DIAGRAM.....	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.5.1 Membangun Kampanye Sosial	6
1.5.2 Strategi Komunikasi Kampanye Sosial Organisasi Nirlaba	12
1.6 Kerangka Konsep	19
1.7 Metodologi Penelitian.....	25
1.7.1 Metode Penelitian.....	25
1.7.2 Objek dan Subjek Penelitian	27
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	27
1.7.4 Uji Validitas Data.....	29
1.7.5 Teknik Analisis Data.....	30
1.7.6 Limitasi	31
BAB II	32
2.1 Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku (SBCC).....	32
2.2 Kampanye Perubahan Sosial	35

2.3	Kampanye Sosial oleh Organisasi Nirlaba.....	40
BAB III	44
3.1	Tentang Save the Children	44
3.1.1	Sejarah dan Perkembangan Save the Children	44
3.1.2	Save the Children Indonesia	46
3.1.3	Cakupan Kerja Save the Children Indonesia.....	48
3.2	Kampanye Aksi Generasi Iklim	51
3.2.1	Respon atas Krisis Iklim yang Terjadi	51
3.2.2	Dipimpin oleh Anak-Anak (<i>Child-led Campaign</i>)	54
BAB IV	57
4.1	Temuan.....	58
4.1.1	Proses Strategis Kampanye Aksi Generasi Iklim Periode 2022: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi	58
4.1.1.1	Perencanaan Kampanye.....	58
4.1.1.2	Pelaksanaan Kampanye.....	66
4.1.1.3	Evaluasi Kampanye	88
4.2	Analisis Strategi Kampanye Aksi Generasi Iklim Save the Children Indonesia Periode 2022	91
BAB V	104
5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	116
Panduan Wawancara	116
Transkrip Wawancara	121

DAFTAR BAGAN, GAMBAR, TABEL, DIAGRAM

BAGAN

Bagan 1: Model Sosio-ekologi dan Dasar Teori (McKee et al, 2014, hal.285).....	9
Bagan 2: Pembentukan Kampanye Sosial berdasarkan konsep Social and Behavior Change Communication (SBCC) (Hasil Olahan Peneliti)	12
Bagan 3: Bagan diadaptasi dari Tahapan Kampanye oleh Pfau dan Parrot (Sekaringtyas, 2021), Perencanaan Komunikasi Strategis Organisasi Nirlaba oleh Patterson dan Radtke (2009), dan Konsep SBCC dengan Olahan Peneliti.	20
Bagan 4: Proses Pembentukan Konsep Kampanye Berdasarkan Tinjauan Visi-Misi dan Tujuan Save the Children Indonesia (Hasil Olahan Peneliti)	59
Bagan 5: Analisis Situasi Internal dan Eksternal (Hasil Olahan Peneliti)	63
Bagan 6: Tujuan dan Strategi Kampanye Aksi Generasi Iklim Periode 2022-2024 (Hasil Olahan Peneliti).....	66
Bagan 7: Peran Child Campaigner sebagai Agen Kampanye Aksi Generasi Iklim (Hasil Olahan Peneliti).....	69
Bagan 8: Kolaborasi dan Kemitraan dalam Pelaksanaan Kampanye Aksi Generasi Iklim 2022 (Hasil Olahan Peneliti)	76
Bagan 9: Theory of Change (ToC) Save the Children Indonesia (Yayasan Save the Children Indonesia, 2023).....	97
Bagan 10: Pengaruh Tahapan Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Kampanye terhadap Kerangka Kerja Kampanye Aksi Generasi Iklim (Hasil Olahan Peneliti)	99

TABEL

Tabel 1: Tahap Kesiapan Audiens (Cabanero-Verzosa, 2003, hal.14; Bünzli & Eppler, 2019, hal.10).....	11
--	----

Tabel 2: Definisi dan Penjabaran Tahapan Kampanye	14
Tabel 3: Uraian Konsep Penelitian	21
Tabel 4: Poin-Poin Informasi yang sering Muncul pada Konten Media Sosial Save the Children Indonesia beserta Contoh Visualisasi dan Keterangan Konten	81