

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Pemikiran.....	4
1. Media Baru.....	4
2. Kampanye Sosial	9
3. Kampanye Sosial pada Media Baru	11
F. Kerangka Konsep	16
G. Metodologi Penelitian.....	17
H. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II	24
A. Kampanye Sosial	24
1. Kampanye Sosial Secara Umum.....	24
2. Kampanye Sosial pada Internet	27
B. Media Baru	29
1. Karakteristik Media Baru	30
2. Interaktivitas di Media Baru	31
C. Media Komunikasi pada Media Baru	33
1. Website.....	34
2. Media Sosial	36
a) Instagram	36
D. Sarana Komunikasi dalam Kampanye Sosial (<i>Website</i> dan <i>Instagram</i>)	39

BAB III	45
A. Sejarah Organisasi Petani Muda	45
B. Visi dan Misi	47
C. Struktur dan Manajemen Organisasi Petani Muda	48
D. Aktivitas Organisasi Petani Muda	49
BAB IV	52
A. Kampanye Sosial “Yang Muda Yang Bertani”	52
1. Pemanfaatan <i>Website</i> oleh Organisasi Petani Muda dalam Kampanye Sosial “Yang Muda Yang Bertani”	55
2. Pemanfaatan Instagram oleh Organisasi Petani Muda dalam Kampanye Sosial “Yang Muda Yang Bertani”	77
3. Kendala dalam Pemanfaatan Media Komunikasi Kampanye Sosial melalui <i>Website www.petanimuda.org</i> dan Instagram @petanimuda_org	92
BAB V	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Kampanye <i>#EndangeredEmoji</i>	15
GAMBAR 2.1 Tampilan Aplikasi Instagram via <i>Smartphone</i>	37
GAMBAR 2.2 Tampilan Aplikasi Instagram via Web.....	38
GAMBAR 3.1 Logo Resmi Organisasi Petani Muda.....	47
GAMBAR 3.2 Suasana Waluku Festival.....	51
GAMBAR 3.3 <i>Workshop</i> di Waluku Festival.....	51
GAMBAR 3.4 Bazar di Waluku Festival.....	51
GAMBAR 4.1 Suasana Acara <i>Launching Website</i> Organisasi Petani Muda.....	58
GAMBAR 4.2 Ilustrasi dalam Wujud Kartun pada Halaman Awal <i>Website</i>	58
GAMBAR 4.3 Halaman depan <i>website</i> petanimuda.org.....	61
GAMBAR 4.4 Halaman Tentang <i>website</i> petanimuda.org.....	62
GAMBAR 4.5 Halaman Berita <i>website</i> petanimuda.org	63
GAMBAR 4.6 Halaman <i>Event website</i> petanimuda.org	63
GAMBAR 4.7 Halaman Cerita <i>website</i> petanimuda.org.....	64
GAMBAR 4.8 Halaman Kontak <i>website</i> petanimuda.org.....	65
GAMBAR 4.9 Halaman People <i>website</i> petanimuda.org.....	65
GAMBAR 4.10 Tampilan <i>Shortcut Link</i> Facebook, Twitter dan Instagram pada Bagian Bawah <i>Website</i> petanimuda.org.....	66
GAMBAR 4.11 Tampilan <i>Message Box</i> pada <i>Website</i> petanimuda.org.....	67
GAMBAR 4.12 Tampilan <i>Shortcut Link</i> Facebook, Twitter dan Instagram pada Bagian Atas <i>Website</i> petanimuda.org.....	67
GAMBAR 4.13 Tampilan <i>Shortcut Link</i> Facebook, Twitter dan Instagram pada Bagian Bawah <i>Website</i> petanimuda.org.....	68
GAMBAR 4.14 Komentar Ketertarikan terhadap Organisasi Petani Muda pada Halaman Website petanimuda.org oleh Audiens.....	70
GAMBAR 4.15 Komentar Ketertarikan Audiens untuk Bergabung dengan Organisasi Petani Muda.....	73
GAMBAR 4.16 Unggahan Pertama Organisasi Petani Muda pada Akun Instagram @petanimuda_org.....	78
GAMBAR 4.17 Unggahan Foto yang Memberikan Informasi tentang Postingan Artikel pada Website.....	79

GAMBAR 4.18 Beberapa hasil postingan di akun Instagram @petanimuda_org.....	81
GAMBAR 4.19 Jumlah Pengikut Akun Instagram @petanimuda_org.....	82
GAMBAR 4.20 Fitur Tagar pada <i>Caption</i> Foto Unggahan Akun @petanimuda_org.....	83
GAMBAR 4.21 Fitur <i>Arroba</i> pada <i>Caption</i> Foto Unggahan Akun @petanimuda_org.....	83
GAMBAR 4.22 Fitur <i>Instagram Story</i> pada akun @petanimuda_org.....	85
GAMBAR 4.23 Fitur <i>Stories Highlight</i> pada Akun @petanimuda_org.....	86
GAMBAR 4.24 Ungkapan Keinginan Audiens untuk Bergabung dengan Organisasi Petani Muda.....	88
GAMBAR 4.25 Ungkapan Audiens yang Terinspirasi dan Intensi Pengambilan Sikap Akibat Unggahan Organisasi Petani Muda.....	89
GAMBAR 4.26 Bentuk Interaksi antara Narasumber dan Audiens yang Merasa Terinspirasi.....	90

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	16
---	----

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 Daftar narasumber penelitian.....	52
---	----