

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
ABSTRAK.....	iii
 BAB I PENDAHULUAN	
A) Latar Belakang Masalah	1
B) Rumusan Masalah	7
C) Tujuan Penelitian	7
D) Manfaat Penelitian	7
D.1 Manfaat Akademis	7
D.2 Manfaat Praktis	7
E) Kerangka Pemikiran	8
E.1 Kampanye	8
E.2 Proses dan Tujuan Kampanye	11
E.3 Proses dan Implementasi Kampanye	14
E.4 Proses Pesan dan Model Komunikasi Kampanye	21
F) Alur Pemikiran Penelitian	26
G) Metodologi.....	29
G.1 Jenis Penelitian.....	29
G.2 Pendekatan Konstruktivism.....	30
G.3 Objek Penelitian	31

G.4 Lokasi Penelitian	31
G.5 Metode Penelitian.....	32
G.6 Teknik Pengumpulan Data	33
G.8 Teknik Analisa Data.....	38
G.9 Teknik Validitas Data.....	39

BAB II Kampanye Tentang Pengurangan Kantong Plastik

A. Kampanye Komunikasi	41
B. Diet Kantong Plastik.....	44
C. Kampanye Diet Kantong Plastik.....	47
D Pendekatan Proses Pesan Kampanye.....	55
E Pemilihan Saluran Media Komunikasi	58

BAB III Gambaran Umum Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin

A) Profil Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin	62
B) Program Kerja Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin.....	63
C) Tugas Pokok dan Fungsi	65
D) Struktur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin	66
E) Program dan Kegiatan Dinas Lingkungan Hidup kota Banjarmasin	

.....77

2

BAB IV

Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Pemerintah Kota Banjarmasin

4.1 Kampanye Diet Kantong Plastik di Pemerintah Kota Banjarmasin
..... 78

4.1.1 Perencanaan Kampanye Diet Kantong Plastik di Kota
Banjarmasin 78

4.1.1.1 Tujuan Kampanye Diet Kantong Plastik 79

4.1.1.2 Perencanaan Pesan Komunikasi 81

4.1.2.3 Perencanaan Eksekusi 83

4.1.2.4 Perencanaan Media Komunikasi 87

4.1.2.5 Perencanaan Waktu Komunikasi..... 90

4.2.1 Pelaksanaan 93

4.2.1.1 Pelaksanaan Tujuan Kampanye Diet Kantong Plastik 94

4.2.1.2 Pelaksanaan Pesan Komunikasi 99

4.2.1.3 Pelaksanaan Eksekusi Kampanye Diet Kantong Plastik..... 109

4.2.1.4 Pelaksanaan Penggunaan Media Komunikasi Kampanye... 116

4.2.1.5 Pelaksanaan Waktu Komunikasi Kampanye..... 135

4.3.1 Evaluasi 140

4.3.1.1 Evaluasi Tujuan Kampannye..... 140

4.3.1.2 Evaluasi Pesan Kampanye..... 150

4.3.1.3 Evaluasi Eksekusi Kampanye Diet Kantong Plastik..... 157

4.3.1.4 Evaluasi Penggunaan Media komunikasi Kampanye..... 160

4.3.1.5 Evaluasi Penggunaan Waktu Komunikasi Kampanye	163
4.4 Analisis	168
4.4.1 Analisis Proses Pesan Komunikasi.....	169
4.4.1.1 Pendekatan Proses Pesan <i>The Learn, Feel, Do Model</i>	169
4.4.1.2 Pendekatan Proses Pesan <i>The Feel, Learn, Do Model</i>	173
4.4.1.3 Pendekatan Proses Pesan <i>The Do, Feel, Learn, Model</i>	176
4.5.1 Perencanaan Model Komunikasi Kampanye.....	180
4.5.1.1 Perencanaan Model <i>The One Step Flow Model</i>	180
4.5.1.2 Perencanaan Model <i>The Two Step Flow Model</i>	185
4.5.1.3 Perencanaan Model <i>The Multi Step Flow Model</i>	190
4.5.2 Pelaksanaan Model Komunikasi Kampanye	192
4.5.2.1 Pelaksanaan Model <i>The One Step Flow Model</i>	192
4.5.2.2. Pelaksanaan Model <i>The Two Step Flow Model</i>	195
4.5.2.3 Pelaksanaan Model <i>The Multi Step Flow Model</i>	200
4.6.3 Evaluasi	201
4.6.3.1 Evaluasi Model <i>The One Step Flow Model</i>	201
4.6.3.2 Evaluasi Model <i>The Two Step Flow Model</i>	203
4.6.3.3 Evaluasi Model <i>The Multi Step Flow Model</i>	205
BAB V	
PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	207
6.2 Saran	210
DAFTAR PUSTAKA	211
LAMPIRAN	

