

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
ABSTRAKSI .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii

## BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	7

1. Pengertian, Tujuan, dan Jenis Kampanye .....	7
2. Karakteristik Media Baru .....	11
3. Kampanye Sosial dalam Website .....	15
4. Karakteristik <i>User</i> dan Interaktivitas <i>User</i> dalam Media Baru .....	19
5. Konsep Interaktivitas .....	22
F. Kerangka Konsep .....	24
F. Metodologi Penelitian .....	25
1. Metode Penelitian .....	25
2. Objek Penelitian .....	27
3. Sumber Data .....	28
a. Data Primer .....	28
b. Data Sekunder .....	28
4. Teknik Pengumpulan Data .....	28
a. Observasi .....	28
b. Dokumentasi .....	29
5. Teknik Analisis Data .....	29

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

A. Media Baru .....	32
B. Konvergensi Media .....	32
C. Kampanye Sosial dalam Website .....	34

D. Interaktivitas .....	40
E. Karakteristik <i>User</i> dan Interaktivitas <i>User</i> dalam Media Baru .....	42

### **BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. PT. Unilever Indonesia .....	50
B. Project Sunlight Brightfuture .....	54
1. Latar Belakang Project Sunlight Brightfuture .....	54
2. Tujuan dan Target Project Sunlight Brightfuture .....	54
3. Perencanaan dan Realisasi Project Sunlight Brightfuture .....	55
C. Karakteristik Umum Pengguna di Website Project Sunlight Brightfuture .....	56

### **BAB IV. TEMUAN DAN ANALISIS**

A. Tingkat Interaktivitas Menurut McMillan .....	59
1. <i>User to User interactivity</i> .....	59
2. <i>User to Document interactivity</i> .....	69
3. <i>User to System Interactivity</i> .....	77
B. Tingkat Interaktivitas Menurut Rafaeli .....	89
1. Pesan Non-interaktif .....	90
2. Pesan Reaktif/ <i>Quasi Interaktif</i> .....	91
3. Pesan Interaksi Penuh/ Full Interaktif .....	93
C. Implementasi Interaktivitas Antara Pengguna dengan Sistem .....	95



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**INTERAKTIVITAS USER DALAM KAMPANYE SOSIAL DI WEBSITE (Studi Interaktivitas User Dalam Kampanye**

**Sosial Project Sunlight #Brightfuture Unilever Indonesia di Website)**

ARUMSARI SUNARING PUTRI, Rahayu, SIP., M.Si., MA.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

D. Implementasi Interaktivitas Antara Orang – Orang .....	96
---	----

## **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	97
---------------------	----

B. Saran .....	99
----------------	----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
-----------------------------	------------