

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Komunikasi	18
2.3 Public Relations	28

2.4 Kampanye	31
2.5 Media Sosial	44
2.5.1 Facebook	49
2.6 Kesadaran	52
2.6 Kerangka Pemikiran	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1. Tipe Penelitian	57
3.2. Metode Penelitian	57
3.3 Populasi dan Sampel	58
3.3.1 Populasi	58
3.3.2 Sampel	58
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	60
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	60
3.4.1 Definisi Konsep	60
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	62
3.5 Validitas dan Reliabilitas	70
3.5.1 Validitas	70
3.5.2 Reliabilitas	72
3.6 Teknik Pengumpulan Data	74
3.6.1 Data Primer	74

3.6.2. Data Sekunder	74
3.7. Teknik Analisa Data	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Gambaran Umum Greenpeace Indonesia	82
4.1.1 Sejarah Singkat Greenpeace Indonesia	82
4.1.2 Prinsip Utama	83
4.1.3 Nilai Inti dan Tujuan	84
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	85
4.2 Hasil Penelitian	88
4.2.1 Identitas Responden	89
4.2.2 Jenis Kelamin Responden	90
4.2.3 Usia Responden	90
4.2.4 Domisili Responden	91
4.2.5 Variabel Kampanye	92
4.2.6 Variabel Tingkat Kesadaran	114
4.3 Analisis Data	126
4.3.1 Hasil Mean Variabel Bebas (Kampanye)	126
4.3.2 Hasil Mean Variabel Terikat Tingkat Kesadaran	128
4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	130
4.4 Pembahasan.....	135

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	142
5.1 Simpulan	142
5.2 Saran	143
5.2.1 Saran Akademis	143
5.2.2 Saran Praktis	143
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	149

