

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi	15
2.1.2.1 Unsur – Unsur Komunikasi	16
2.1.2.2 Proses Komunikasi	18
2.1.2.3 Bentuk – Bentuk Komunikasi	19
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	22
2.1.3.1 Fungsi Strategi Komunikasi	24
2.1.3.2 Sifat dan Bentuk Strategi Komunikasi	25
2.1.3.3 Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi	27
2.1.4 Tinjauan Komunikasi Massa	33
2.1.4.1 Komponen Komunikasi Massa	33

2.1.5	Tinjauan New Media.....	35
2.1.5.1	Pengertian New Media.....	35
2.1.5.2	Pengertian Media Sosial	35
2.1.5.3	Manfaat Media Sosial	36
2.1.5.4	Jenis – Jenis Media Sosial	37
2.1.6	Tinjauan tentang Lingkungan	38
2.1.6.1	Pengertian Lingkungan	38
2.1.6.2	Masalah Lingkungan.....	40
2.1.6.3	Pelestarian Lingkungan.....	41
2.2	Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Desain Penelitian	45
3.2	Informan Penelitian	47
3.2.1	Informan Kunci	48
3.2.2	Informan Pendukung.....	49
3.3	Teknik Pengumpulan Data	50
3.3.1	Studi Pustaka.....	50
3.3.2	Studi Lapangan.....	51
3.4	Uji Keabsahan Data	52
3.5	Teknik Analisis Data	54
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	56
3.6.2	Waktu Penelitian	57
BAB IV		59
PEMBAHASAN DAN HASIL.....		59
4.1	Hasil Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	62
4.1.1.1	Sejarah Pandawara Group.....	62
4.1.1.2	Visi dan Misi Pandawara Group.....	63
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	63
4.1.2.1	Informan Kunci.....	64
4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung	66

4.1.3	Hasil Penelitian	69
4.1.3.1	Perencanaan Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	70
4.1.3.2	Tujuan Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	75
4.1.3.3	Pesan Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	78
4.1.3.4	Media oleh Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	84
4.2	Pembahasan	91
4.2.1	Perencanaan Komunikasi Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung.....	91
4.2.2	Tujuan Komunikasi Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	97
4.2.3	Isi Pesan Komunikasi Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung.....	101
4.2.4	Penggunaan Media Pandawara Grup Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat di Kota Bandung	105
4.2.5	Strategi Komunikasi Komunitas Pandawara Group Dalam Membangun Kesadaran lingkungan masyarakat Kota Bandung	109
BAB V.....		113
PENUTUP.....		113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran	115
5.2.1	Saran Peneliti Selanjutnya.....	116
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		119