

Penularan pesan melalui interaksi sosial dalam pembentukan kepedulian milenial terhadap crowdfunding : studi kasus Crowdfunding Pesawat R80 dengan Hashtag TerbangkanPesawatIndonesia di Instagram = Message contagion through social interaction in forming millennial concerns against Crowdfunding: case study of R80 Aircraft Crowdfunding with TerbangkanPesawatIndonesia Hashtag on Instagram / Amelia Debora Meliala

Meliala, Amelia Debora, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488422&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang penularan pesan melalui interaksi sosial dalam pembentukan kepedulian milenial terhadap *crowdfunding*. Selain itu, penelitian ini juga mendeskripsikan bagaimana milenial melakukan penyebaran pesan *crowdfunding* pesawat R80 di Instagram menggunakan *hashtag* #TerbangkanPesawatIndonesia. Kerangka pemikiran penelitian ini menggunakan konsep penularan sosial yaitu 6 STEPPS dari Jonah Berger, diantaranya *Social Currency* (mata uang sosial), *Trigger* (pemicu), *Emotions* (emosi), *Public* (umum), *Practical Value* (nilai praktis), dan *Story* (cerita), konsep dan ragam interaksi sosial, konsep dan penelitian terdahulu tentang *crowdfunding*, penelitian mengenai generasi milenial dan karakteristiknya serta studi-studi terdahulu, instagram dan *hashtag*, serta media sosial. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivis dan jenis penelitian deskriptif eksploratif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah salah satu pesan yang diunggah dalam Instagram dengan menggunakan *hashtag* #TerbangkanPesawatIndonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui *hashtag* #TerbangkanPesawatR80 mengandung konsep 6 STEPPS dan juga disesuaikan dengan karakteristik milenial. Interaksi sosial yang terjadi merupakan kontak sosial yang dimediasi teknologi, seperti unggahan-unggahan yang menunjukkan bukti dukungan dari orang lain dan *influencer*, serta adanya komunikasi yang terjadi seperti komentar-komentar yang ada di media sosial Instagram, serta tanya jawab yang dilakukan oleh admin dengan *investor* atau sesama *investor* dapat membangkitkan kepedulian milenial dalam *crowdfunding* pesawat R80 ini.

ABSTRACT

This study aims to describe the message contagion through social interaction in the formation of millennial concern for *crowdfunding*. In addition, this study also describes how millennials are spreads *crowdfunding* messages of R80 aircraft on Instagram using the *hashtag* #TerbangkanPesawatIndonesia. The framework of this study uses the concept of social contagion, namely 6 STEPPS from Jonah Berger, including Social Currency, Trigger, Emotions, Public, Practical Value, and Story, concepts and variety of social interactions, concepts and previous research of *crowdfunding*, research of the millennial generation and its characteristics, previous studies of millennials, instagram and *hashtag*s, and *social media*. This study uses post

positivist paradigm and the type of explorative descriptive research. The unit of analysis in this study is one of the messages uploaded on instagram using the hashtag #TerbangkanPesawatIndonesia. The results of this study indicate that the messages submitted via hashtag #TerbangkanPesawatR80 contain the concept of 6 STEPPS and are also adjusted to millennial characteristics. Social interactions that occur are technology-mediated social contacts, such as uploads that show evidence of support from other people and influencers, as well as communication that occurs such as comments on instagram, as well as frequently asked questions by admin with investors or fellow investors can evoke millennials concern in R80 aircraft