

Strategi kampanye perubahan sosial dengan Youtube sebagai media kampanye: studi kasus: kampanye komunikasi greenpeace SaveKarimunjawa = Social change campaign strategy with Youtube as a campaign media: case study: greenpeace communication campaign SaveKarimunjawa

Wahyu Eka Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488777&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tesis ini membahas tentang pesan kampanye saveKarimunjawa oleh Greenpeace Indonesia dengan menggunakan sosial media Youtube sebagai strategi dalam pemilihan media kampanye dan pengemasan pesan dengan menggunakan pendekatan konfrontatif. Penelitian ini berlatar belakang dengan adanya permasalahan terumbu karang di Indonesia khususnya Karimunjawa yang memiliki tingkat keanekaragaman tertinggi kedua di Indonesia. Greenpeace Indonesia sebagai salah satu organisasi yang melaksanakan kampanye untuk melindungi terumbu karang karimunjawa. Sebagai organisasi pelaksana kampanye, Greenpeace Indonesia memiliki pengemasan pesan yang tidak ideal dari kampanye organisasi lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pesan kampanye savekarimunjawa yang dilakukan oleh Greenpeace Indonesia dengan menggunakan video youtube sebagai media kampanye. Pelaksanaan kampanye SaveKarimunjawa dilihat dari sudut pandang kampanye perubahan sosial dan komponen dan tahapan kampanye Simon. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara kampanye dengan media yang digunakan serta pesan kampanye yang ditampilkan dapat menarik perhatian khalayak.

<hr>

This thesis discusses the saveKarimunjawa campaign message by Greenpeace Indonesia by using Youtube social media as a strategy in selecting campaign media and packaging messages using a confrontational approach. This research is based on the existence of coral reef problems in Indonesia, specifically Karimunjawa, which has the second highest diversity level in Indonesia. Greenpeace Indonesia as one of the organizations implementing a campaign to protect Karimunjawas coral reefs. As a campaign implementing organization, Greenpeace Indonesia has packaging messages that are not ideal from other organizations campaigns. The purpose of this study was to describe the strategy of the savekarimunjawa campaign message carried out by Greenpeace Indonesia by using youtube videos as campaign media. The implementation of the SaveKarimunjawa campaign was seen from the point of view of the campaign for social change and the components and stages of Simons campaign. This research is a descriptive qualitative study with a case study method. Conclusion This study shows the relationship between the campaign and the media used and the campaign messages displayed can attract the attention of the audience.