

Analisis MAD Model of Moral Contagion dalam Kampanye Buzzer Terkait Covid-19 = Analysis of the MAD Model of Moral Contagion in the Buzzer Campaign Regarding Covid-19

Ariandi Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525576&lokasi=lokal>

Abstrak

Tahun 2020, dunia dikejutkan dengan munculnya virus Covid-19. Efek domino di segala bidang dan merenggut banyak nyawa menjadi sebuah permasalahan serius dan penting untuk diantisipasi. Dari hasil analisa Social Media Monitoring Dashboard Mediawave, media sosial Twitter menjadi saluran yang digunakan dalam rangka memberikan pemahaman terhadap masyarakat oleh buzzer sebagai opinion leader. Dalam melakukan kampanye di Twitter, buzzer yang terlibat melakukan berbagai cara untuk menyampaikan pesan dan informasi agar postingan mendapatkan reach dan impression yang baik sehingga viral di Twitter. Penelitian ini menganalisis unsur apa saja yang ada dalam postingan buzzer sesuai dengan MAD Model of Moral Contagion Theory. Penelitian ini menggunakan metode analisis data small story research dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buzzer memenuhi unsur dalam aspek Motivation (Group Identity), Attention (Engagement), dan Design (amplification; share, like, dan comment) dalam melakukan orkestrasi dengan diksi yang dilihat dari penyebaran konten dan informasi melalui like, retweet, dan reply dari setiap postingan buzzer yang teridentifikasi dari analisa konten isi di Twitter sehingga menciptakan polarisasi percakapan dengan sentimen positif dan negatif.

.....In 2020, the world was shocked by the emergence of the Covid-19 virus. The domino effect in all fields and claimed many lives is a serious and important problem to anticipate. From the results of the analysis of Social Media Monitoring Dashboard Mediawave, social media Twitter is a channel used to provide understanding to the public by buzzers as opinion leaders. In conducting a campaign on Twitter, the buzzers involved used various ways to convey messages and information so that the post would get a good reach and impression so that it went viral on Twitter. This study analyzes what elements are contained in buzzer posts according to the MAD Model of Moral Contagion Theory. This study uses a small story research data analysis method with a qualitative research type. The results showed that the buzzer met the elements in the aspects of Motivation (Group Identity), Attention (Engagement), and Design (amplification; share, like, and comment) in conducting orchestration with diction seen from the dissemination of content and information through likes, retweets, and replies to each buzzer post identified from content analysis on Twitter so as to create a polarizing conversation with positive and negative sentiments.