

Abstrak

Fathur Rahman. 14321157. Analisis Resepsi Followers Akun WWF Terhadap Kampanye Konservasi Lingkungan di Instagram. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2019

Dengan melihat betapa banyak kasus perusakan ekosistem dan habitat di Indonesia. Perusakan alam yang dilakukan oleh manusia itu sendiri tidak mendapat perhatian dimata masyarakat. Terkadang kita sadar juga lingkup kehidupan sehari-hari kita masih banyak kita menemukan teman atau sahabat kita yang tidak peduli akan lingkungannya. Kehadiran akun instagram @wwf_id. Akun @wwf_id merupakan akun yang memanfaatkan sosial media sebagai platform untuk berkampanye menjaga lingkungan dan habitat kritis. Akun instagram @wwf_id mempunyai kampanye yang bertujuan melindungi ekosistem dan habitat yang terancam punah yang ada di Indonesia dengan cara menggunakan medium *social media* instagram.

Analisis Resepsi dalam penelitian ini ingin melihat hubungan antara khalayak sebagai (pengamat, pegkonsumsi, permirsa, dan pengguna dari internet) dengan media. Dalam hal ini media menjadi stimuli untuk individu dalam menikmati sajian pesan ataupun konten yang ditampilkan dalam instagram. Konten atau isi dari pesan dari media menjadi wacana perbincangan oleh khalayak. Untuk mengukur standar khalayak dengan media yaitu menggunakan cara analisis resepsi (*reception analysis*), untuk memberikan makna dari pemahaman khalayak atas pesan media dengan memahami bagaimana karakter konten sosial media instagram @wwf_id dibaca khalayak.

Empat dari narasumber dalam penelitian ini masuk kedalam pembacaan *Dominant Position* dan dua masuk kedalam *Negotiate Position*. Hal ini dikarenakan semua narasumber mendapatkan ilmu tentang konservasi lingkungan, bagaimana pentingnya merawat lingkungan hingga dampak yang diakibatkan dari tidak menjaga lingkungan akan tetapi ada juga narasumber yang tidak sepenuhnya mencari tahu tentang lingkungan mereka malah tertarik dengan pembahasan yang diluar lingkungan. Mereka semua juga setuju bahwa kampanye yang dilakukan oleh akun @wwf_id di Instagram mengedukasi orang banyak tentang lingkungan. mereka juga menerima pesan yang disampaikan oleh *endoder*. Pesan yang disampaikan melalui akun tersebut dinilai positif, menarik dan kesannya tidak memaksa tetapi sampai kepada publik.

Keyword : *Kampanye, Konservasi Lingkungan, WWF Indonesia, Instagram, Analisis Resepsi.*

Abstract

Sorlihah Pohleh. 15321205. Representation Of Tourist Attractions In Indonesia By Thai Students: Analysis Of The Content Of Facebook Accounts Of SANTAI Members(Thai Students Association Of Muhammadiyah Yogyakarta). Bachelor thesis. Communications science, Indonesia Islamic University. 2019.

The number of Thai students who are studying in Indonesia are increased. They hold various activities and form associations to help new students from Thailand to adjust new environments, new cultures, and new people. The development of the media also influenced them to travel in Indonesia. Students who are interested in exploring tourism in Indonesia have special associations where these gatherings hold fun trips such as sightseeing, eating together, holding sports games, etc. The number of Thai students who visit tourist attractions in Indonesia, ultimately makes them represent the tourist attractions they visit through a Facebook account.

With the existence of various Thai student associations, this study focuses on an organization called SANTAI or TSAMY (Thai Students Association Of Muhammadiyah Yogyakarta). This study aims to find out how Thai students represent tourist attractions in Indonesia that they visit through their Facebook. To answer this question the researcher used quantitative content analysis and combined with qualitative interpretations. Research data is in the form of status on Facebook during September 2017 period until September 2018 period, from 5 SANTAI members, namely Khalid Waebuesa, Afnan Hasanee, Abdulhakeem Hayeechema, Najihah Kaseim and Murnee Musigsin.

The result showed that Thai students represented tourist attractions on their Facebook account using photos and narratives as much as 82% posted on their own Facebook status and compared to upload videos and others. Photo postings and self-based narratives as the main subject and tourist spot (landscape) as the second subject. In this context, the most visited tourist attractions are the landscape of mountains and waterscape. This can be understood when it is associated with the most tourism experience is recreational experience which is related to the need to obtain relaxation or pause from the tiredness of the lectures they lead. They get a feeling of comfort or relaxation by being present in tourist attractions in Indonesia that are already popular on social media, taking pictures, uploading them on social media, and gaining recognition from others for their presence.

Keyword: Thai students, Representation, Facebook, Content Analysis.