

Peran jaringan sosial pada kampanye lingkungan di media social: kasus kampanye melawan asap = The role of social networking on environmental campaign in social media: the case of fight the haze campaign

Ika Hariyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424141&lokasi=lokal>

Abstrak

Kampanye kian marak dilakukan dengan menggunakan media sosial, tidak terkecuali kampanye lingkungan. Berdasarkan kajian-kajian sebelumnya keefektifan kampanye dengan menggunakan media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti adanya administrator online yang aktif, adanya sosialisasi tambahan yang dilakukan secara offline, dan juga terlibatnya pengikut/followers di media sosial secara aktif. Namun, tulisan ini melihat kampanye lingkungan di media sosial dapat efektif dari sisi lain yaitu dari jaringan sosial. Kajian ini melihat bagaimana jaringan sosial berperan dalam membuat efektif kampanye lingkungan di media sosial, sehingga dapat dikatakan bahwa kajian ini menambahkan penemuan dari kajian-kajian sebelumnya yang berbicara mengenai faktor yang membuat efektif kampanye lingkungan dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasinya. Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus pada kampanye melawan asap yang diinisiasi oleh BEM UI 2015 untuk membentuk sebuah aliansi dengan menggandeng beberapa organisasi di UI dan juga dari luar UI. Pengambilan data dalam studi ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan-informan tertentu berdasarkan kriteria yang penulis tetapkan dan melakukan observasi terhadap akun media sosial yang digunakan untuk menyebarluaskan kampanye melawan asap. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa keterlibatan peran jaringan di media sosial mempengaruhi efektifitas kampanye melawan asap, serta hubungan sosial antar organisasi yang tergabung dalam aliansi gerakan melawan asap terbentuk berdasarkan jaringan perasaan/sentiment.

Campaigns nowadays are oftenly carried through social medias, including campaigns concerning the environment. Based on previous studies, effectivity of campaigns through social medias were affected by many factors, such as the activity of the online administrator, additional socialization that were carried off-line, and also the involvement of the active followers in social medias. However, this paper views environmental campaign in social medias could be effective if viewed from another side, that is social network. This study sees how social network can improve the effectivity of environmental campaigns in social medias, therefore it's safe to say that this study brings an addition to previous studies related to factors that influenced the effectivity of environmental campaigns that utilized social medias as a channel of communication. The method used for this paper is qualitative method, with case study on Melawan Asap (Fight the Haze) campaign initiated by BEM UI (Executive Board of Students of University of Indonesia) in 2015 to form an alliance consisting several organizations from inside and outside of the university. Collection of data for this study was done with in-depth interviews with certain informants, based on a criteria established previously by the author, beside an observation upon social media accounts that were used for Fight the Haze campaign. The result shows that the involvement of networks in social media affects the effectivity of Fight the Haze campaign. Also, the social relation between organizations that are united under the alliance of Fight the Haze campaign are based on sentimental network.