

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 *influencer*s, 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