

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL FACEBOOK UNTUK KAMPANYE KONSERVASI HARIMAU SUMATERA (*Panthera tigris sumatrae*)

Feby Santia Nourfita Putri

INTISARI

Salah satu upaya yang dilakukan guna melindungi harimau sumatera adalah kampanye untuk memberikan informasi dan pengetahuan melalui media sosial Facebook yang mempunyai banyak pengguna aktif di Indonesia. WWF (*World Wide Fund for Nature*) adalah salah satu organisasi yang melakukan upaya konservasi berupa kampanye di media sosial Facebook. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur sikap masyarakat terhadap upaya konservasi harimau sumatera dan mengukur efektivitas media sosial Facebook WWF Indonesia untuk kampanye konservasi harimau sumatera.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner berjumlah 20 pertanyaan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Dari 2.034 *followers* yang disurvei, didapatkan 327 *followers* yang menanggapi. Pengambilan data dilakukan pada pesan kampanye Facebook WWF Indonesia dari bulan Januari – Desember 2017 hingga Januari – Maret 2018. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan mengkategorikan ke dalam tiga tingkatan yakni efektif, cukup efektif dan tidak efektif.

Hasil pengukuran komponen sikap yakni aspek kognitif sebanyak 67% *followers* memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik, aspek afektif sebanyak 76% *followers* memiliki sikap yang mendukung dan aspek konatif sebanyak 55% *followers* memiliki kecenderungan berperilaku yang baik. Persentase efektivitas media sosial Facebook untuk kampanye harimau sumatera sebesar 85% efektif. Kampanye harimau sumatera di Facebook oleh WWF Indonesia efektif untuk pengguna dengan kelompok umur 18-24 tahun. Pada usia ini, mereka dapat menerima informasi lebih baik dan menyukai konten yang informatif dan edukatif.

Kata kunci: harimau sumatera, konservasi, kampanye, Facebook

THE EFFECTIVENESS OF FACEBOOK SOCIAL MEDIA FOR THE SUMATRAN TIGER CAMPAIGN (*Panthera tigris sumatrae*)

Feby Santia Nourfita Putri

ABSTRACT

One of the efforts made to protect the Sumatran Tiger is a campaign to provide information and knowledge through Facebook social media which has many active users in Indonesia. WWF (World Wide Fund for Nature) is one of the organizations that make conservation efforts in the form of Facebook social media campaigns. This study aims to measure the attitude of the community towards Sumatran Tiger conservation efforts and measure the effectiveness of WWF Indonesia's Facebook social media for Sumatran Tiger conservation campaigns.

The study used a quantitative approach with survey methods using questionnaire instrument totaling 20 questions that have been tested for validity and reliability. Of the 2.034 followers surveyed, 327 followers responded. The data collection has been done on WWF Indonesia's Facebook posts from January - December 2017 to January - March 2018. The data analysis uses quantitative descriptive analysis by categorizing into three levels, namely effective, quite effective and ineffective.

The results of attitude measurement namely cognitive aspects shows 67% followers have good knowledge and good understanding. In terms of affective aspects, 76% followers have supportive attitude while from conative aspects 55% followers have good behavior tendencies. The percentage of Facebook social media effectiveness for the Sumatran Tiger campaign is 85% effective. WWF Indonesia campaign for Sumatran Tiger of Facebook is effective for users with the age group 18-24. At this age, they can absorb information better and like informative and educative contents.

Keywords: Sumatran Tiger, conservation, campaign, Facebook