

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| DAFTAR ISTILAH..... | xiv |
| INTISARI | xvi |
| ABSTRACT..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 11 |
| D. Tinjauan Pustaka..... | 12 |
| E. Landasan Teori..... | 15 |
| F. Metode Penelitian | 22 |
| G. Bagan Alir Penelitian..... | 25 |
| BAB II Halaman (<i>Page</i>) Facebook BPCB DIY sebagai Sarana Publikasi Pelestarian Cagar Budaya | 26 |
| A. Pengertian Facebook..... | 26 |
| B. Pengertian Halaman (<i>Page</i>)..... | 31 |
| C. Halaman BPCB DIY..... | 37 |
| D. Konten <i>Page</i> BPCB DIY pada Juli – Agustus 2019..... | 43 |
| E. Persepsi <i>Netizen</i> pada Konten <i>Page</i> BPCB DIY pada Juli – Agustus 2019 | 45 |
| BAB III Persepsi <i>Netizen</i> pada Konten <i>Page</i> BPCB DIY pada Juli – Agustus 2019 dalam perspektif Arkeologi Publik | 62 |
| A. <i>Like</i> | 62 |
| B. <i>Comment</i> (Komentar)..... | 68 |
| C. <i>Share</i> (Berbagi)..... | 76 |
| BAB IV Strategi Peningkatan Kualitas Publikasi Cagar Budaya di Media Sosial | 83 |
| Penyusunan Arsitektur Informasi Publikasi Cagar Budaya..... | 84 |
| BAB V KESIMPULAN..... | 115 |
| A. Kesimpulan..... | 115 |



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**Penggunaan Persepsi Netizen sebagai Strategi Meningkatkan Publikasi Pelestarian Cagar Budaya:
Studi**

Kasus pada Page Facebook BPCB DIY

SHINTA DWI PRASASTI, Dr. Mimi Savitri, MA

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

| | |
|----------------------|-----|
| B. Saran | 117 |
| DAFTAR PUSTAKA | 119 |
| LAMPIRAN..... | 122 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1 Alasan Utama Penggunaan Internet | 6 |
| Gambar 2 Penetrasi Pengguna Internet 2018 berdasarkan usia | 7 |
| Gambar 3 Jenis Media sosial yang paling sering dikunjungi <i>netizen</i> | 9 |
| Gambar 4 Tampilan Page Facebook BPCB DIY | 38 |
| Gambar 5 Contoh data Insight dari Page Facebook..... | 49 |
| Gambar 6 Konten dan data Insight Candi Sambisari..... | 58 |
| Gambar 7 Konten dan data Insight kegiatan Jelajah Budaya oleh Komunitas Kandang Kebo | 59 |
| Gambar 8 Konten dan data Insight SD Tumbuh..... | 60 |
| Gambar 9 Data <i>netizen</i> yang memberi like pada konten Candi Sambisari | 63 |
| Gambar 10 <i>Netizen</i> yang memberi like bukan berasal dari penggemar dan pengikut | 64 |
| Gambar 11 <i>Netizen</i> yang menyukai konten Jelajah Warisan Budaya..... | 66 |
| Gambar 12 <i>Netizen</i> yang menyukai konten SD Tumbuh..... | 67 |
| Gambar 13 Komentar <i>Netizen</i> terkait interpretasi pada Candi Sambisari | 69 |
| Gambar 14 Interpretasi <i>netizen</i> di kolom komentar | 70 |
| Gambar 15 Reaksi <i>netizen</i> di kolom komentar Candi Sambisari..... | 72 |
| Gambar 16 Reaksi <i>netizen</i> pada kegiatan Jelajah Budaya di kolom komentar | 73 |
| Gambar 17 Sharing dan Komentar dari <i>Netizen</i> yang tidak bisa diakses karena pengaturan privasi dari akun tersebut | 75 |
| Gambar 18 Reaksi <i>Netizen</i> di kolom komentar konten SD Tumbuh tersebut | 76 |
| Gambar 19 Reaksi <i>netizen</i> di bagian sharing pada konten Candi Sambisari | 78 |
| Gambar 20 Reaksi <i>netizen</i> pada bagian sharing..... | 80 |
| Gambar 21 Sharing <i>Netizen</i> yang tidak bisa diakses karena pengaturan privasi dari akun tersebut | 81 |
| Gambar 22 Insight untuk <i>netizen</i> bukan penggemar dan pengikut | 88 |
| Gambar 23 Data Insight pada Page Facebook BPCB DIY | 91 |
| Gambar 24 Data Perincian Postingan dari setiap konten yang diunggah | 92 |
| Gambar 25 Sosial Media-Editorial & Process | 106 |
| Gambar 26 Bagan Pelaksana Media Sosial menurut Peneliti | 110 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1 Prosentasi data Penggemar | 39 |
| Tabel 2 Prosentasi data Pengikut berdasarkan usia..... | 40 |
| Tabel 3 Prosentasi data Orang dalam Jangkauan berdasarkan usia | 40 |
| Tabel 4 Prosentasi data Orang yang berinteraksi berdasarkan usia | 40 |
| Tabel 5 Persepsi <i>Netizen</i> pada konten BPCB DIY (data diambil 18 Desember 2019) | 51 |
| Tabel 6 Hubungan Konten dengan teori Arkeologi Publik..... | 82 |
| Tabel 7 Karakteristik Platform Media Sosial..... | 111 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------|-----|
| Lampiran 1 | 122 |
| Lampiran 2 | 127 |
| Lampiran 3 | 134 |

DAFTAR ISTILAH

1. Admin : Admin media sosial adalah orang yang bertanggung jawab atas akses dan penggunaan akun media sosial
2. Comment : Komentar pada unggahan media sosial
3. Data Insight (Facebook) : Fitur pada platform Facebook yang menyediakan informasi tentang penggemar dan pengikut
4. Fans (Penggemar) : Pemilik akun yang selalu aktif untuk melihat, menyukai, berkomentar dan atau membagikan segala bentuk konten
5. Facebook : Layanan jejaring sosial terbesar di dunia untuk berbagi pesan, kesan, photo, video kepada teman, keluarga dan rekan kerja.
6. Fitur : Fungsi, kemampuan, atau desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak
7. Follower (Pengikut) : Pemilik akun yang mengetahui sejumlah konten dari Halaman tersebut
8. Konten : Informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Jenis konten di media sosial berupa tulisan, gambar, video, atau audio.
9. Kredensial : Menjamin kepercayaan atau kerahasiaan.
10. Like : Ekspresi pengguna untuk menyatakan setuju atau menyukai suatu unggahan
11. Netizen (Ing) : warganet, warga internet, orang yang aktif menggunakan internet

12. Page : Sebuah fasilitas yang disediakan Facebook untuk kepentingan bisnis, organisasi maupun *public figure*
13. Platform : Aplikasi yang dipakai sebagai tempat untuk mengunggah konten
14. Share : Fitur untuk mengunggah ulang suatu postingan
15. Terkurasi : Cara mengemas informasi yang ingin kita sampaikan dengan tepat dan prinsip kehati-hatian, harus langsung pada intinya, memikat audiens mayoritas dan jelas