

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
BAB II.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Orangutan.....	9
2.2.1 Taksonomi.....	9
2.2.2 Morfologi.....	9
2.2.3 Perilaku Orangutan.....	10
2.2.4 Ancaman Terhadap Populasi Orangutan.....	11
2.3 Media Sosial.....	11
2.3.1 Instagram.....	12
2.4 Kampanye Sosial.....	19
2.5 Pemanfaatan Sosial Media oleh Lembaga Swadaya Masyarakat.....	22
2.6 Metode Diamond Rules.....	23
2.7 Teori Jarum Hipodermik.....	24
2.8 Teori Agenda Setting.....	27
BAB III.....	30
3.1 Metode.....	30
3.2 Tahapan Pengambilan Data.....	31
3.2.1 Observasi Langsung.....	31
3.2.2 Wawancara.....	31
3.2.3 Survey.....	33
3.2.3.1 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.3.2 Definisi Operasional.....	34
3.2.3.3 Pengujian Kuesioner.....	37
3.2.3.4 Triangulasi.....	39
3.3 Metode Analisis Data.....	42
BAB IV.....	46
4.1 Sejarah The Centre for Orangutan Protection.....	46
4.2 Filosofi Nama dan Logo.....	47



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Kampanye Orangutan oleh The Center For Orangutan Protection (COP)

ARDELIA REZA A, Dr. Ir. Lies Rahayu Wijayanti Faida, M.P

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.3 Manajemen The Centre for Orangutan Protection.....	47
4.4 Aktivitas dan Daftar Kegiatan	48
4.5 Media Sosial.....	49
4.5.1 Facebook	50
4.5.2 YouTube.....	52
4.5.3 Twitter.....	53
4.5.4 Linkend.....	54
BABV.....	56
5.1 Pemanfaatan Instagram Dalam Kampanye Konservasi Orangutan	56
5.2 Efektivitas Pemanfaatan Instagram Untuk Kampanye Konservasi Orangutan.....	59
5.2.2 Umur	60
5.2.3 Pendidikan Terakhir.....	61
5.2.4 Pekerjaan	62
5.2.5 Pendapatan Perbulan.....	63
5.2.6 Perilaku Mengakses Media Sosial	63
5.2.7 Aspek Kognitif.....	65
5.2.9 Aspek Konatif.....	67
BAB VI	68
6.1 Kesimpulan.....	68
6.1.1 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kampanye Konservasi Orangutan	68
6.1.2 Efektivitas Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kampanye Konservasi Orangutan.....	68
6.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	75