

ABSTRAK

Penyebaran informasi melalui kegiatan campaign dapat diciptakan dengan komunikasi terorganisir dan tentunya tidak lepas dari penyampaian pesan agar isi pesan campaign bisa sampai kepada masyarakat, yang tentunya harus disebarluaskan ataupun dipublikasikan kepada masyarakat luas. Penyampaian dan penyebaran informasi tersebut salah satunya dapat memanfaatkan social media. Campaign #LihatDuniaLagi yang dibuat oleh Traveloka merupakan penyebaran informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat luas agar menimbulkan kesadaran dan pengetahuan tentang keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia termasuk keanekaragaman budaya yang ada di Papua. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana keanekaragaman budaya dan keefektifan pesan komunikasi dalam konten campaign Traveloka #LihatDuniaLagi dengan judul “Wasedaboys Masuk ke Pedalaman Papua! Ketemu Suku Dani”. Penulis menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan paradigma interpretif. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa konten campaign Traveloka #LihatDuniaLagi dengan judul “Wasedaboys Masuk ke Pedalaman Papua! Ketemu Suku Dani” mengandung kategori wujud keanekaragaman budaya dan wujud keefektifan pesan komunikasi namun dengan jumlah penilaian yang berbeda pada metode pengkodean sehingga dalam campaign tersebut tetap terdapat wujud keanekaragaman budaya dan keefektifan pesan komunikasi.

Kata Kunci : Analisis Isi Kualitatif, Wujud Keanekaragaman Budaya, Komunikasi Efektif, Campaign Traveloka, Papua