

Kampanye public relations dalam membentuk sikap khalayak (studi pada kampanye stop the trafficking children and young people yang diselenggarakan oleh the body shop Indonesia)

Nur Fithry Amalia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20281009&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai kampanye Stop the Trafficking of Children and Young People yang dilakukan oleh The Body Shop Indonesia dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga dampaknya terhadap sikap khalayak. Tujuannya untuk mengevaluasi input, output, dan outcome dalam kampanye. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Public Relations, kampanye Public Relations, evaluasi dalam Public Relations, serta macro model of PR evaluation. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan paradigma post-positivisme.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye Stop the Trafficking of Children and Young People yang diselenggarakan oleh The Body Shop belum bisa membentuk sikap khalayak sasaran untuk lebih peduli terhadap permasalahan child trafficking. Dari hasil tersebut, peneliti menyarankan The Body Shop untuk melakukan kampanye Public Relations berdasarkan pada langkah-langkah kampanye yang baik, yaitu terdiri dari tahap riset serta perencanaan strategis.

<hr>

ABSTRACT

This study discuss about Stop the Trafficking of Children and Young People campaign conducted by The Body Shop Indonesia from the planning, implementation, thorough its impact on public attitudes. The purpose of this study is to evaluate the input, output, and outcome in this campaign. Concepts used in this study are Public Relations, Public Relations campaign, evaluation in Public Relations, and macro model of PR evaluation. This research is qualitative descriptive study using post-positivist paradigm.

The findings of this study indicate that Stop the Trafficking of Children and Young People campaign, held by The Body Shop has not been able to shape the attitudes of target audiences to be more concerned with problems of child trafficking. From that result, the researcher recommends that The Body Shop to conduct Public Relations campaigns based on the good campaign steps, which consists of research and strategic planning.