

Proses sosial marketing dalam kampanye anti narkoba dan pembentukan kesadaran di kalangan remaja (studi kasus tinjauan social marketing Yayasan Cinta Anak Bangsa)

Bibiana Eva Nirmana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338617&lokasi=lokal>

Abstrak

Perubahan sosial muncul dalam masyarakat yang menginginkan perubahan bentuk dan mengontrol terjadinya perubahan tersebut. Harapan membawa kesejahteraan publik adalah tantangan dan tujuan social marketing. YCAB, sebuah lembaga independent non profit yang menipakan pelaku kampanye anti narkoba merupakan institusi yang sangat baik dan efektif dalam menerapkan model social marketing. Kampanye mereka yang ditargetkan kepada para remaja telah mendapat respon yang sangat positif. Penelitian ini memberikan telaah eksploratif bagaimana YCAB mengimplementasikan proses dan strategi social marketing untuk mempersnasi para remaja sehingga mereka dapat menerima pesan, inengubah perilaku dan akhirnya mempraktekannya dalam kehidupan dengan bersikap tegas menolak narkoba.

Social change campaign arise among people who are intent on directing, shaping and controlling change. Bringing about life improving social change is the challenge and goal of social marketing. YCAB, non profit social foundation which positioned as a campaigner for 'anti drugs' seems as a successiil institutions which applicated social marketing models. Their campaigns was targeted to teenagers, their reform message have been suiiciently motivating and giving a way to respond constructively. This tesis seeks an exploration research that will gain a comprehensive explanation on how YCAB conducted their campaign to persuade their target adopters, to accept, modify or abandon certain ideas, attitudes, practices and at the end to change their behavior, to Say no to drugs.