

## Rencana program komunikasi pemasaran sosial terpadu “Sejuta Cinta untuk Beranda Indonesia” periode Oktober 2012–Mei 2013 = Integrated social marketing communication “Sejuta Cinta untuk Beranda Indonesia”

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358323&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

[Wilayah perbatasan dan pulau-pulau terdepan sebenarnya adalah beranda Indonesia. Beranda yang menjadi halaman depan cerminan negara. Namun nampaknya pembangunan di wilayah perbatasan dan pulau-pulau terdepan belum menjadi prioritas pemerintah. Ditambah lagi dengan masih kurangnya perhatian masyarakat terhadap isu tersebut. Oleh karena itu, diinisiasilah kampanye “Sejuta Cinta untuk Beranda Indonesia” dengan tujuan membuat target adopter yang tidak kenal dengan isu wilayah perbatasan dan pulau-pulau terdepan menjadi kenal dan cinta terhadap gagasan yang dibawa.

<br><br>

Dengan mempertimbangkan konsumsi media target adopter, maka disusunlah sebuah program komunikasi pemasaran sosial terpadu dengan menggunakan media-media yang dekat dengan target adopter, seperti internet serta program kegiatan., Border areas and islands are actually the front yard for Indonesia. And a front yard is reflection for its owner, in this case is a state. But it seems the development in border areas and islands have not become the leading priority of the government. Moreover, our society is still lack of information and knowledge from border areas and islands. Therefore, to gain people awareness and concern we build a "Sejuta Cinta untuk Beranda Indonesia" campaign with the aim of making the target adopter who is not familiar with the issue of border areas and islands leading to know and love the idea that we bring.

<br><br>

With a consideration of media consumption from the target adopter, we drafted an integrated social marketing communication program using the media which close to target adopter, such as the internet and program activities.]