

Analisa kampanye persuasif (studi kasus kampanye "Cuci tangan pakai Sabun" dan "5 tahun bisa untuk NTT oleh Lifebuoy") = Persuasion campaign analysis (case study of "Cuci tangan pakai Sabun" dan "5 tahun bisa untuk NTT oleh Lifebuoy") campaign by lifebuoy

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368879&lokasi=lokal>

Abstrak

[Persuasi adalah salah satu tujuan komunikasi yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, teknik yang dilakukan dalam persuasi telah berkembang mengikuti kebutuhan manusia modern yang lebih kompleks, seperti misalnya mengemas pesan persuasi melalui kampanye. Lifebuoy mencoba mempersuasi konsumen demi mendapatkan simpati masyarakat dengan membuat kampanye Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) dan 5 Tahun Bisa untuk NTT. Hasilnya, sebuah kampanye yang cukup persuasif karena dapat menarik perhatian publik melalui banyaknya pemberitaan media., Persuasion is one of the most commonly used communication purpose in daily life. Nowadays, persuasion technique has been developed to follow the need of modern humanbeing that is more complex and sophisticated. One of the techniques is by packaging the persuasion message into a public campaign. Lifebuoy tries to persuade customers to gain public sympathy by holding several strategic campaigns, which are Cuci Tangan Pakai Sabun (Wash Hand With Soap) and 5 Tahun Bisa untuk NTT (Help NTT Children Reach 5) campaigns. The result is a quite powerful persuasive campaign that can attract public's attention through the massive reports by mass media.]