

Perencanaan program komunikasi pemasaran sosial terpadu# kamiberani periode Desember 2017- November 2018 = Integrated social marketing communication kamiberani December 2017 November 2018

Lioni Faustina Sutanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447099&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pembahasan mengenai seksualitas di Indonesia masih sangat minim sehingga masalah-masalah terkait seksualitas tidak mendapatkan perhatian penuh. Bahkan, seringkali masyarakat terutama remaja belum memahami hal-hal apa saja yang dianggap sebagai pelecehan seksual dan bagaimana untuk menghadapinya. Oleh karena itu dibuat program kampanye komunikasi pemasaran sosial terpadu KamiBerani yang difokuskan untuk memperkenalkan isu terkait seksualitas terutama pelecehan seksual yang berfokus kepada remaja sebagai target adopter. Media yang digunakan dalam kampanye ini beragam, termasuk di dalamnya media konvensional dan media digital. Periode kampanye dilakukan selama satu tahun. Budget yang digunakan dalam kampanye ini adalah sebesar Rp1.260.820.000.

<hr>

ABSTRACT

There are still limited discussions and information materials regarding sexuality in Indonesia. Hence, problems related to sexuality are not getting full attention. In fact, most people and particularly teenagers are still not aware about what is considered sexual harassment and how to deal with it. Therefore, this integrated social marketing communications campaigns called KamiBerani is used to introduce sexuality issues especially sexual harassment that focused on youth as the target adopter. Conventional and digital media are included in this campaign. The period of this campaign is conducted for one year. The budget used for this campaign is 1.260.820.000 IDR.