

Perencanaan program komunikasi pemasaran sosial pendidikan seksual sejak dini oleh Ruang Anak Dunia Foundation 'Lebih mengerti agar dapat dimengerti' periode Januari 2019 - Juli 2019 = Social marketing program planning for early sexual education by Ruang Anak Dunia Foundation 'Lebih mengerti agar dapat dimengerti' February 2019 - July 2019

Maulidya Fadhilah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479217&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Angka literasi seksual di Indonesia masih tergolong rendah. Menurut data dari riset yang dilakukan oleh UNICEF, remaja Indonesia memiliki pengetahuan yang terbatas tentang kesehatan reproduksi dan AIDS sehingga menempatkan mereka pada risiko tinggi memiliki kehamilan yang tidak diinginkan atau terinfeksi oleh penyakit menular seksual. Menurut survey pada tahun 2011, hanya 20 dari penduduk Indonesia dari umur 15-24 tahun yang mempunyai pengetahuan secara lengkap mengenai H.I.V. Melihat data tersebut, Ruang Anak Dunia Foundation, sebagai lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam isu anak, membuat kampanye pemasaran sosial yang bertujuan untuk meningkatkan literasi seksual anak sesuai dengan The International Guidelines on Sexuality Education. Kampanye pemasaran sosial `Lebih Mengerti agar Dapat Dimengerti` mengajak orangtua untuk belajar agar mengerti apa yang harus diberitahu kepada anak dalam pendidikan seksual sejak dini. Kampanye ini menggunakan pendekatan rasional yang menarik agar target adopter tergerak untuk melakukan perubahan perilaku. Kampanye ini dilakukan mengacu kepada strategi pemasaran sosial dengan total biaya Rp23,825.000,-

<hr>

The number of sexual literacy in Indonesia is still relatively low. According to data from research conducted by UNICEF, Indonesian adolescents have limited knowledge about reproductive health and AIDS, thus putting them at high risk of having unwanted pregnancies or being infected by sexually transmitted diseases. According to a survey conducted in 2011, only 20 of Indonesia's population from 15-24 years old have complete knowledge of H.I.V. Looking at the data, Ruang Anak Dunia Foundation, as a non-governmental organization that deals with children's issues, creates a social marketing campaign aimed at improving children's sexual literacy according to The International Guidelines on Sexuality Education. Social marketing campaigns Lebih Mengerti agar Dapat Dimengerti invites parents to learn to understand what to tell the child in early sexual education. This campaign uses a rational approach that appeals to target adopters to change behavior. This campaign was conducted based on social marketing strategy with total cost Rp23,825,000, -