

Analisis Strategi Kampanye Sosial Asuransi Astra #MaskerTemanTuli = Analysis of Astra Insurance Social Campaign Strategy

Najwa Ulfa Alkadrie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529321&lokasi=lokal>

Abstrak

Berbagai kebijakan pemerintah untuk memitigasi penyebaran virus COVID-19 telah berdampak pada anggota dan kelompok masyarakat, di antaranya pembatasan sosial dan penggunaan masker (Atnike, Nova & Gabby, 2020). Penggunaan masker dalam menjalankan protokol kesehatan COVID-19 telah menjadi masalah besar bagi kelompok tuna rungu dan kesulitan mendengar (Poon & Jenstad, 2022). Kesulitan berkomunikasi ini berdampak kepada perasaan kesepian dan merasa terisolasi dari kehidupan sosial, sebab masyarakat tuna rungu tidak dapat mengandalkan dan membaca gerak bibir lawan bicara untuk dapat memahami isi pembicaraan dengan adanya penggunaan masker yang menutupi mulut (HLAA, 2020). Berangkat dari masalah tersebut, Asuransi Astra menyelenggarakan sebuah kampanye sosial bernama #MaskerTemanTuli yang dilakukan melalui media sosial Instagram, yang dianggap efektif dalam mengatasi permasalahan tersebut (Asuransi Astra, 2020). Tulisan ini bertujuan menganalisis strategi kampanye sosial dalam meningkatkan kepedulian sosial di masyarakat. Artikel ini menggunakan penelitian deskriptif interpretatif untuk mendeskripsikan strategi kampanye sosial di media sosial dan pengaruh kampanye tersebut kepada citra dan reputasi perusahaan.

.....Various government policies aim to mitigate the spread of the COVID-19 virus have impacted community members and groups, including through the implementation of social distancing and the use of masks (Atnike, Nova & Gabby, 2020). The use of masks in carrying out the COVID-19 health protocol has become a big problem for the deaf and hard of the hearing group (Poon & Jenstad, 2022). This difficulty in communicating has an impact on feelings of loneliness and feeling isolated from social life because the deaf community cannot rely on and read the lips of the interlocutor to be able to understand the content of the conversation as the use of a mask covers the mouth (HLAA, 2020). Departing from this problem, Asuransi Astra organized a social campaign called #MaskerTemanTuli, which was carried out through social media Instagram, and is considered effective in overcoming these problems (Asuransi Astra, 2020). This paper aims to analyze social campaign strategies for increasing social awareness in the community. This article uses interpretive descriptive research to describe social campaign strategies on social media and the impact of these campaigns on the company's image and reputation.