

## Analisis efektivitas strategi komunikasi pemasaran pada sosialisasi vitamin A

Wida Septarina Wijayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82297&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Hasil kajian berbagai studi menunjukkan bahwa Vitamin A merupakan zat gizi yang esensial bagi manusia. Permasalahan terbesar dengan vitamin A adalah fungsinya yang penting bagi tubuh namun konsumsi rata-rata perorangan cenderung rendah dan belum mencukupi, sehingga harus dipenuhi dari luar. Masalah terpenting adalah bagaimana mendorong target populasi untuk ke Puskesmas dan meminta Vitamin A sesuai kebutuhan.

<br />

<br />

Sosialisasi kepada masyarakat, terutama target populasi terintegrasi dalam social marketing concept menerapkan beberapa marketing communication tools. Marketing communication tools dimaksud adalah pemasangan iklan (televisi, radio, media cetak), publisitas (penyelenggaraan lomba menulis bagi para wartawan yang berkaitan dengan misi HKI) serta penyebaran leaflet, stiker juga pemasangan spanduk di sekitar Puskesmas.

<br />

<br />

Dari hasil penelitian di Kelurahan Tanjung Barat, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan ditemukan bahwa social marketing campaign kepada target populasi, tingkat exposure-nya relatif rendah. Dari analisis selanjutnya dengan menggunakan analisis diskriminan, terbukti bahwa terdapat perbedaan nyata antara responden yang balitanya mengkonsumsi Vitamin A dan responden yang balitanya tidak mengkonsumsi Vitamin A, dalam hal Advertising Exposure (sekaligus sebagai variabel yang paling membedakan), Word-of-Mouth Exposure dan Personal Selling Exposure. Sementara sikap kedua kelompok tersebut relatif sama atas Publicity and PR Exposure.

<br />

<br />

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka direkomendasikan agar HKI memberikan perhatian khusus pada aspek personal selling dan word-of-mouth promotion, yang terbukti memiliki exposure lebih tinggi pada kelompok yang memiliki balita tidak mengkonsumsi Vitamin A. Hal ini juga perlu ditunjang dengan advertising yang memiliki exposure lebih tinggi pada kelompok yang memiliki balita mengkonsumsi Vitamin A, untuk mempertahankan tingkat konsumsi Vitamin A yang telah dicapai. Dalam hal ini advertising perlu dirancang agar juga dapat mendorong terjadinya word-of-mouth communication.

<br />

