

Analisis Strategi Kampanye Pemasaran Sosial Chatime Indonesia dalam #GerakanSapuPlastik = Analysis of Chatime Indonesia's Social Marketing Campaign Strategy in #GerakanSapuPlastik

Priskila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524634&lokasi=lokal>

Abstrak

Masalah sampah plastik di Indonesia semakin memburuk seiring dengan pertumbuhan industri yang terus meningkat, yang menyebabkan peningkatan produksi dan limbah yang dihasilkan. Salah satu peran penting industri untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pengelolaan limbah. Chatime, perusahaan penyedia minuman teh yang masih menggunakan plastik sebagai kemasannya menyadari peran mereka dalam pengelolaan sampah plastik, oleh karena itu Chatime mengambil langkah dengan mengadakan kampanye #GerakanSapuPlastik. Analisis yang dilakukan dalam artikel ini menggunakan metode content analysis, dengan data sekunder yang dikumpulkan melalui studi literatur dari buku, jurnal, dan berbagai situs resmi milik Chatime Indonesia. Strategi serta penerapan prinsip kampanye pemasaran sosial dilakukan secara optimal dan baik dalam kampanye #GerakanSapuPlastik, sehingga tujuan Chatime untuk membentuk kebiasaan di tengah masyarakat dengan mengurangi penumpukan sampah plastik dapat tercapai. Dalam pelaksanaan kampanye tersebut, Chatime menerapkan lima prinsip pemasaran sosial yaitu penyebab, agen perubahan, khalayak sasaran, saluran, dan strategi perubahan yang pada akhirnya dapat membentuk kebiasaan di tengah masyarakat dalam mengurangi penumpukan sampah plastik.

..... The problem of plastic waste in Indonesia is getting worse as the industry continues to grow, which causes an increase in production and waste generated. One of the crucial roles of the industry in overcoming these problems is to carry out waste management. Chatime, a tea-drinking company still using plastic as its packaging, is aware of its role in managing plastic waste. Therefore, Chatime has taken a step by holding a #GerakanSapuPlastik campaign. The analysis carried out in this article uses the content analysis method, with secondary data collected through literature studies from books, journals, and various official websites belonging to Chatime Indonesia. The strategy and application of the principles of social marketing campaigns are carried out optimally and well in the #GerakanSapuPlastik campaign so that Chatime's goal of forming habits in the community by reducing the accumulation of plastic waste can be achieved. In carrying out the campaign, Chatime applies five principles of social marketing, namely causes, change agent, target adopters, channels, and change strategy, which can ultimately form habits in society to reduce the accumulation of plastic waste.