Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pemasaran Sosial Nutrisi pada Instagram sebagai Program Intervensi Lembaga Pemerintah (Studi Kasus Mengenai Pencegahan Stunting Pada @Bkkbnofficial) = Social Marketing of Nutrition on Instagram as a Government Intervention Program (Case Study on Stunting Prevention on @Bkkbnofficial)

Simanjuntak, Magda Sabrina Theofany, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920546297&lokasi=lokal

---

Abstrak

Ditetapkan sebagai ketua pelaksana percepatan penurunan stunting, BKKBN diberikan tugas tambahan sebagai instansi yang mendukung pelaksanaan kampanye perubahan perilaku terkait penurunan stunting. Dalam hal ini, BKKBN melakukan kampanye melalui berbagai saluran, salah satunya yaitu dengan menggunakan media sosial Instagram. Studi ini akan menggali bagaimana proses produksi pesan yang dilakukan oleh BKKBN dalam mengomunikasikan kampanye perubahan perilaku pada Instagram @bkkbnofficial. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan prinsip-prinsip dalam pemasaran sosial dengan tujuan dapat menjadi sarana bagi BKKBN untuk dapat melakukan kampanye perubahan perilaku dengan lebih efektif dan tepat sasaran. Penelitian ini menggunakan paradigma pragmatisme yang menekankan pada individu yang memegang penafsiran kerangka kerja berdasarkan hasil penelitian (tindakan, situasi dan konsekuensi penelitian). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan dua orang informan, dimana satu orang sebagai penanggung jawab kampanye perubahan perilaku di BKKBN dan satu orang dari pihak ketiga (vendor) yang bertanggung jawab secara teknis terkait pesan pada @bkkbnofficial serta observasi dan studi dokumen. Penelitian ini menemukan bahwa BKKBN telah memiliki latar belakang, fokus, tujuan, segmentasi sasaran, pesan kunci dan rencana implementasi yang baik dalam melaksanakan kampanye perubahan perilaku, namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperdalam sehingga pelaksanaan kampanye perubahan perilaku dapat menghasilkan perubahan sosial pada masyarakat .....Appointed as the lead executor for accelerating stunting reduction, the National Population and Family Planning Board (BKKBN) has been assigned the additional task of supporting the implementation of behavior change campaigns related to reducing stunting. In this context, BKKBN conducts campaigns through various channels, one of which is social media, particularly Instagram. This study explores how BKKBN produces messages to communicate behavior change campaigns on the Instagram account @bkkbnofficial. The research employs social marketing principles to provide BKKBN with the means to conduct more effective and targeted behavior change campaigns. The study adopts a pragmatic paradigm, emphasizing individuals who interpret the framework based on research results (actions, situations, and consequences of the research). Data collection was carried out through in-depth interviews with two informants: one responssible for behavior change campaigns at BKKBN and one from a third party (vendor) who is technically responssible for the messages on @bkkbnofficial, as well as through observations and document studies. The study found that BKKBN has a good background, focus, goals, target segmentation, key messages, and implementation plans for conducting behavior change campaigns. However, there are several aspects that need to be further developed so that the behavior change campaign can lead to social changes in the community.