

ABSTRAK

Nama : Idha Kurniasih
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial
Judul : Adopsi Gagasan Ethical Consumerism oleh Sekretariat Indonesia Berseru (SBIB)

Pada prinsipnya skripsi ini akan membahas tentang proses yang terjadi dalam adopsi gagasan *ethical consumerism* yang dilakukan oleh Sekretariat Bersama Indonesia Berseru (SBIB), sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bertujuan untuk melakukan perubahan sosial menggunakan komunikasi yang populer. Selain itu, juga dijelaskan proses transformasi yang mereka lakukan dalam suatu pemasaran sosial kepada *target adopters*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan *grounded theory* dan jenis penelitian eksploratif. Riset terhadap kesesuaian produk sosial sangat disarankan untuk dilakukan guna meningkatkan pemasaran sosial. Serta kontrol yang ketat terhadap program untuk memastikan ketercapaian tujuan program pemasaran sosial tersebut.

Kata Kunci:

Ethical Consumerism, Pemasaran Sosial, Difusi Inovasi, Adopsi

ABSTRACT

Name : Idha Kurniasih
Study Program : Social Welfare Study
Title : The Adoption of Social Ethical Consumerism Idea by
Sekertariat Indonesia Beseru (SBIB).

This study is principally concerned with process that happened in adoption of *ethical consumerism* idea by SBIB, a Non-Government Organisation aims to create social changes using popular communication . It will also include the process of idea transforming using social marketing to the target adopters.. This research will take a qualitative approach with grounded theory and explorative type of research. Social product-fit research is well advised to improve social marketing programme as well as tight control for ensuring that organisation's goal is being achieved.

Key words:

Ethical Consumerism, Social Marketing, Diffusion Innovation, Adoption