



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Yuliana

44212110093

AKTIVITAS PUBLIKASI KAMPANYE YUK NABUNG SAHAM TAHUN
2018 DI MEDIA SOSIAL TWITTER DALAM MEMBENTUK KESADARAN
BAGI KAUM MILLENIAL

Judul Halaman : 70 halaman, 12 lampiran

Bibliografi : 22 Acuan, Tahun 2002-2013

ABSTRAK

Kampanye Yuk Nabung Saham merupakan kampanye yang diselenggarakan oleh PT Bursa Efek Indonesia. Kampanye tersebut agar merubah kebiasaan menabung menjadi berinvestasi saham secara berkala. PT Bursa Efek Indonesia melakukan aktivitas publikasi di media sosial twitter kampanye Yuk Nabung Saham yang bertujuan membentuk kesadaran bagi kaum millennial.

Aktivitas publikasi kampanye Yuk Nabung Saham ini menggunakan teori *Kampanye*. Dimana aktivitas publikasi disampaikan melalui perencanaan kampanye, tahapan-tahapan kampanye, media ruang yang digunakan dan adanya evaluasi dalam pelaksanaan kampanye. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan *Pos-positivisme*. Dan penelitian ini dilaksanakan dengan wawancara mendalam sebagai data primer sedangkan data sekunder menggunakan studi keperustakaan dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa Aktivitas publikasi kampanye Yuk Nabung Saham oleh PT Bursa Efek Indonesia berjalan sesuai dengan fungsinya dengan cukup baik. Dan setelah dilakukan, penerapan kampanye dapat meningkat minat masyarakat akan investasi saham.

Keyword : Publikasi, Kampanye, Aktivitas PR



The University of Mercu Buana
Faculty of Communication Sciences
Field of *Public Relations* studies

Yuliana

44212110093

THE EVENT OF A CAMPAIGN PUBLICATION OF YUK NABUNG SAHAM
IN 2018 ON TWITTER SOCIAL MEDIA IN SHAPING AWARENESS FOR
MILLENNIALS

Page Title: 70 pages, 12 attachments

Bibliography: 22 References, year 2002-2013

ABSTRACT

The Yuk Nabung Saham Campaign is a campaign organized by PT Indonesia Stock Exchange. The campaign is to change the habit of saving into investing stocks regularly. PT Indonesia Stock Exchange conducts publicity activities on the social media Twitter campaign Yuk Nabung Shares which aims to form awareness for millennials.

The publication activity of the Yuk Nabung Saham campaign uses Campaign theory. Where publication activities are conveyed through campaign planning, campaign stages, media space used and evaluations of campaign implementation. This research is a research that uses Positivism. And this research was conducted with in-depth interviews as primary data while secondary data used literature and documentation studies.

Based on the research that has been done, the publication activities of the Yuk Nabung Saham campaign by the Indonesia Stock Exchange have run according to their functions quite well. And after it is done, the implementation of the campaign can increase public interest in stock investment.

Keyword: Publications, campaigns, PR activities