



Nama : Andini Purwisiwi
NIM : 44319120039
Judul : Implementasi Pemasaran Sosial Melalui Instagram, Studi Deskriptif Kampanye Vaksinasi COVID-19 dalam akun @kemenkes_ri, Februari-November Tahun 2021
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

ABSTRAK

Memasuki awal tahun 2021 menjadi babak baru perjalanan pandemi COVID-19 di Indonesia dengan dimulainya program vaksinasi COVID-19. Melalui program vaksinasi COVID-19, pemerintah mulai melakukan strategi *offensive* untuk membentuk kekebalan kelompok '*herd immunity*'. Vaksinasi merupakan salah satunya cara yang dapat dilakukan untuk mencegah penyebaran COVID-19. Melalui media sosial instagram @kemenkes_ri pemerintah menyampaikan informasi tentang keamanan dari vaksin dan mendorong penerimaan masyarakat terhadap vaksin sebagai upaya menekan laju penyebaran virus COVID-19.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi pemasaran sosial Kementerian Kesehatan melalui kampanye vaksinasi COVID-19. Peneliti menggunakan teori yang dapat mendukung penelitian ini. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran sosial, implementasi, komunikasi kesehatan, kampanye perubahan perilaku, dan penggunaan media sosial dalam kampanye. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini fokus untuk mengkaji aktivitas atau implementasi pemasaran sosial mengenai vaksinasi covid-19 melalui media sosial. Selain itu, peneliti ini menggunakan paradigma *post-positivisme* dan pengumpulan datanya melalui wawancara dengan beberapa narasumber terkait.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Kesehatan RI melakukan implementasi pemasaran sosial pada kampanye vaksinasi COVID-19 menggunakan media sosial Instagram. Implementasi pemasaran sosial yang dilakukan adalah dengan melakukan perencanaan, penentuan target kampanye, pengemasan pesan konten kreatif dan viral untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Kata Kunci: *Pemasaran Sosial, Vaksinasi COVID-19, Kampanye Instagram*



Name : Andini Purwisiwi
NIM : 44319120039
Study Program : Marketing Communication and Advertising
Title : Implementation of social marketing through Instagram, descriptive study of the COVID-19 vaccination campaign on @kemenkes_ri account, February–November 2021
Counselor : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

ABSTRACT

Entering early 2021, it is a new chapter in the journey of the COVID-19 pandemic in Indonesia with the start of the COVID-19 vaccination program. Through the COVID-19 vaccination program, the government began to carry out offensive strategies to form herd immunity. Vaccination is one way that can be done to prevent the spread of COVID-19. Through Instagram social media, the government @kemenkes_ri conveyed information about the safety of vaccines and encouraged public acceptance of vaccines to reduce the rate of spread of the COVID-19 virus.

This study was conducted to determine the implementation of the Ministry of Health's social marketing through the COVID-19 vaccination campaign. Researchers use theories that can support this research. The concepts used in this study are social marketing communication, implementation, health communication, behavior change campaigns, and the use of social media in campaigns. The method used in this study is qualitative descriptive. This study focuses on examining social marketing activities or implementation regarding COVID-19 vaccination through social media. In addition, this researcher uses the post-positivism paradigm and collects its data through interviews with several related sources.

The results of this study show that the Indonesian Ministry of Health is implementing social marketing in the COVID-19 vaccination campaign using Instagram social media. The implementation of social marketing carried out is by planning, determining campaign targets, packaging creative and viral content messages to increase public awareness.

Keywords: Social Marketing, COVID-19 Vaccination, Instagram Campaign