

Program perencanaan komunikasi pemasaran sosial terpadu kekerasan seksual terhadap anak "Anakmu Bukan Mainan Mereka" periode Februari-Juli 2012 = Integrated social marketing communication of children sexual molestation "Your Kid Is Not Their Toy" February-July 2012

Chyntia Monica Fabella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20306565&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang isu kekerasan seksual terhadap anak yang kian marak terjadi di masyarakat. Tercatat selama tahun 2010, ada 23 ribu kasus kekerasan seksual terhadap anak yang terjadi. Kasus ini masih sedikit mendapatkan perhatian dari masyarakat, padahal secara hukum segala tindakan berkenaan dengan aksi kekerasan seksual terhadap anak telah diatur dalam KUHP dan UU No.23 tahun 2002, tentang Perlindungan Anak.

Atas dasar itu, maka Pusat Kajian Perlindungan Anak (PusKaPA) sebagai lembaga yang memiliki visi di bidang perlindungan anak di Indonesia berinisiatif untuk membuat sebuah komunikasi pemasaran social terpadu dalam menyosialisasikan isu kekerasan seksual terhadap anak tersebut.

Kampanye ini akan mengusung ide besar `Anakmu Bukan Mainan Mereka` yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran target khalayak dan masyarakat akan isu yang ada. Kampanye ini akan dilaksanakan dalam tiga periode yang berdasar pada hierarchy of effect pada teori AIDA, di mana dalam periode satu (Intro) akan menyasar awareness khalayak, kemudian periode dua (Know) ditujukan untuk meningkatkan interest dan desire, serta periode tiga (Do) sebagai periode terakhir bertujuan untuk mengajak khalayak untuk melakukan tindakan (action) berkaitan dengan isu yang diangkat.

Kampanye ini akan dilakukan selama enam bulan dengan menggunakan bauran media dan menghabiskan biaya sebesar Rp 9.161.197.500,-

<hr>

This final assignment is studying about children sexual molestation issue that keeps flaring within the society lately. There were recorded about 23 thousand children sexual molestation happened in 2010. This case still got lack of attention from the society, even though, based on the law, this case is managed on KUHP and UU No.23 year 2002, about Children Protection.

According to those situations, therefore Pusat Kajian Perlindungan Anak (PusKaPA) as an institution whose vision in children protection side initiates an integrated social marketing communication in order to socialize this children molestation issue.

The big idea of the campaign is `Your Kid Is Not Their Toy`s. The aim of the campaign is to increase public awareness to the issue. The campaign will be done in three periods by adapting the hierarchy of effect based on AIDA theory, which in the first period (Intro), it will focus on increasing the marketing target`s

awareness. Then, in the second period (Know), it will reach target market`s interest and desire. Finally, in the last period (Do), the campaign is targeted to persuade target market to make an action to the issue.

The campaign will run for six months, use mix media, and consume the total budget of Rp 9.161.197.500,-.