

Perencanaan program komunikasi pemasaran sosial ECPAT Indonesia  
"it's happening" periode Juni 2016 - Juni 2017 = Social marketing  
communication planning program EPCAT Indonesia "it's happening"  
June 2016 - June 2017 / Brennda Paulina Gabriella Massie

Massie, Brennda Paulina Gabriella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423800&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial ECPAT Indonesia. ECPAT Indonesia merupakan bagian dari ECPAT Internasional, yang bekerja menentang berbagai bentuk Eksploitasi Seksual Komersil Anak (ESKA) dengan lebih dari 84 grup di 75 negara. Salah satu bentuk ESKA yang menjadi perhatian dari ECPAT Indonesia adalah Pariwisata Seks Anak (PSA). PSA adalah segala bentuk ESKA yang terjadi di daerah wisata. Salah satu cara untuk memberantas PSA adalah dengan menerima laporan tindak PSA dari para wisatawan. Namun berdasarkan hasil riset, ditemukan bahwa awareness isu PSA di kalangan wisatawan masih rendah. Sehingga dibentuk sebuah kampanye dengan big idea "It's Happening" yang bertujuan untuk meningkatkan awareness dan mempersuasi mereka untuk melaporkan tindak PSA. Untuk menjalankan kampanye ini, dibutuhkan dana sebesar Rp. 835.700.000,00 selama waktu 12 bulan. Kemudian, untuk memastikan keberlangsungan kampanye ini, diadakan pengawasan dan evaluasi untuk melihat efektivitas dan keberhasilan kampanye ini.

---

**ABSTRACT**

This Final Assignment discuss about Integrated Marketing Communication Planning Program of ECPAT Indonesia. ECPAT Indonesia is a part of ECPAT International works against various forms of Commercial Sexual Exploitation of Children (CSEC) with more than 84 groups in 75 countries. One of the main CSEC form that concerns ECPAT Indonesia is Child Sex Tourism (CST). CST is every form of CSEC that happens in tourist area. One way to end CST is to receive reports from the traveller. Based on the research, the traveller's awareness of CST is still low. The big idea of this campaign is "It's Happening" and the purpose of this campaign is to raise the awareness of the traveller and persuade them to file a report if they witness any CST act. The estimated budget of this campaign is Rp. 835.700.000,00 for 12 months of campaign. This program will be monitored and evaluated to make sure its effectiveness.