

Pemasaran Sosial Nilai Lembaga Negara Melalui Media Sosial (Studi Kasus: Media Sosial Lembaga Negara Bidang Pertahanan dan Keamanan) = Social Marketing on State Institution`s Value Through Social Media (Case Study: Social Media Accounts of Defence and Security State Institute)

Dotulong, Christian Maxius, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490460&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan di lembaga negara bidang pertahanan dan keamanan untuk melihat bagaimana pemasaran sosial dilakukan untuk mengkonstruksi citra lembaga negara. Aspek publisitas dalam social marketing mix menjadi fokus utama riset penelitian ini. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa lembaga negara mengemas nilai-nilai lembaga negara ke dalam konten media sosial melalui tiga proses: analisis internal, analisis eksternal, dan perumusan narasi. Dalam perumusan narasi, pelibatan publik untuk membuat konten media sosial juga diperlukan agar nilai-nilai lembaga negara bisa diterjemahkan menurut perspektif publik dan disebarkan dalam jaringan publik tersebut.

.....This research is a case study conducted in state institution in the field of defence and security to see how social marketing is carried out to construct the image of state institutions. The publicity aspect of social marketing mix is the main focus of this research. From the results of the study, it was found that state institutions package state institution values into social media content through three processes: internal analysis, external analysis, and narrative formulation. In the formulation of narratives, public involvement in creating social media content is also needed so that the values of state institutions can be translated according to public perspectives and disseminated in the public network.