

Strategi Pemasaran Sosial Pada Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Vaksin COVID-19 PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV)

TUGAS AKHIR

Mengajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana S1



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Nama : Vina Annisa Agustine

Nim : 1181003192

Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial

Prodi Ilmu Komunikasi

Universitas Bakrie

Jakarta

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORILISINITAS

Tugas akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan semua sumber baik diikuti maupun dirujukan telah saya nyatakan benar.

Nama : Vina Annisa Agustine

NIM : 181003192

Jakarta, 19 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ain', with a small mark above the 'i'.

Vina Annisa Agustine

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vina Annisa Agustine

Nim : 1181003192

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Strategi Pemasaran Sosial Pada Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Vaksin COVID-19 ANTV

Telah berhasil dipertahankan dalam Seminar Proposal Tugas Akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk penelitian dan penulisan manuskrip Tugas Akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac



Penguji 1 : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr.



Penguji 2 : Aprilina Prastari, S.Sos.,M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Berkat limpahan karunia nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Sosial dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) Vaksin COVID- 19 PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV)” dengan lancar. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Ekonomi.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 19 Agustus 2022

Penulis,

Vina Annisa Agustine

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Allah SWT

Puji dan syukur selalu penulis haturkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai yang penulis harapkan yaitu di bagian digital marketing social media. Dan karena Allah SWT penulis diberikan kekuatan dalam menghadapi cobaan di situasi yang berbeda ini.

2. Keluarga

Terima kasih kepada Alm. Ayah, Mamah, Teteh, dan AA yang sudah mendukung dan memberikan semangat dan doa tiada henti dan yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan kuliah sampai lulus. Dan selalu menanyakan progress pengerjaan skripsi sehingga membuat penulis ingin cepat menyelesaikan skripsi dan ingin membahagiakan mereka.

3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bantuan dan bimbingan sejak awal perkuliahan

5. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac Selaku dosen pembimbing Skripsi yang selalu membantu dan melayani setiap konsultasi penulis, serta sangat memberikan banyak masukan, saran untuk kemajuan penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

6. Terima kasih untuk Bapak Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr. dan Ibu Aprilina Prastari, S.Sos.,M.Si. Sebagai dosen pembahas yang siap melayani dan memberikan masukan dan saran dalam pengerjaan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan staff civitas akademik Ilmu Komuniasi Universitas Bakrie, yang telah membantu penulis selama menyelesaikan perkuliahan

8. Ibu Bapak penulis yang selalu memberikan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini semoga kelak penulis dapat membalas perjuangan ibu pada selama ini kepada penulis aamiin.
9. Terima kasih untuk sahabat-sahabat saya tim PR yang tiada henti saling menguatkan terhadap semester akhir ini.
10. Terima kasih untuk Natalia, dan Maria yang tidak henti-hentinya menyemangati saya dalam tugas akhir ini.
11. Terima Kasih untuk Lando setyo prayoga sekaligus pacar saya sendiri sudah menjadi *support system* dalam keluh kesah untuk pembuatan skripsi ini, serta membantu dengan sabar dan membuat penulis menjadi memiliki inspirasi kembali.
12. Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini dalam kegiatan lainnya dan bisa terbantu dengan baik dan lancar sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan baik.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari kesalahan, penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi para pembacanya

19 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Vina Annisa Agustine
NIM : 1181003192
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak **Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) VAKSIN COVID-19 PT CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI (ANTV)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepnetingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 19 Agustus 2022



Vina Annisa Agustine

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) VAKSIN COVID-19 PT CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI (ANTV)

Vina Annisa Agustine

1181103192

ABSTRAK

Program Vaksinasi COVID-19 menjadi fokus bagi Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dan seluruh dunia. Tedros Adhanom adalah Dirjen WHO yang menekankan pentingnya komitmen politik yang digunakan untuk mendistribusikan vaksin COVID-19 secara merata dari setiap pemimpin dan negara (Makarim, 2020). Pemerintah Indonesia turut serta dalam mengurangi dan memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Keberadaan vaksin COVID-19 menimbulkan anggapan berupa pro-kontra kepada masyarakat sekitar, hingga sikap mendukung dan juga sikap ragu-ragu terhadap khasiat dan efektivitas vaksin COVID-19, bahkan sampai ke titik. Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan bagaimana menemukan, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data dari penelitian. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk memahami suatu interaksi sosial, seperti melalui wawancara mendalam sehingga akan bertemu dengan pola yang jelas. ANTV Sentra Vaksin merupakan program tanggung jawab sosial ANTV terhadap masyarakat dengan menggunakan strategi pemasaran sosial di lingkungan perusahaan ataupun masyarakat di wilayah lain yang membutuhkan bantuannya. Hasil dari program ini dibuat bukan untuk semata-mata hanya vaksinasi saja tapi tentunya ANTV membuat program ini sekaligus untuk menghibur masyarakat terhadap bosannya selama pandemic dan membantu masyarakat terhadap perekonomian untuk bahan pangan karena program ini tentunya menyediakan sembako untuk masyarakat setempat.

Kata Kunci: Pemasaran Sosial, Vaksinasi, Corporate Social Responsibility (CSR).

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) VAKSIN COVID-19 PT CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI (ANTV)

Vina Annisa Agustine

1181103192

ABSTRACT

The COVID-19 Vaccination Program is a focus for the World Health Organization (WHO) and the rest of the world. Tedros Adhanom is the Director General of WHO who emphasized the importance of political commitment used to distribute the COVID-19 vaccine equally from every leader and country (Makarim, 2020). The Indonesian government participates in reducing and breaking the chain of the spread of COVID-19. The existence of the COVID-19 vaccine raises assumptions in the form of pros and cons to the surrounding community, to a supportive attitude and also a doubtful attitude about the efficacy and effectiveness of the COVID-19 vaccine, even to the point. Researchers chose to use qualitative research methods to determine how to find, collect, process and analyze data from research. Qualitative research can be used to understand a social interaction, such as through in-depth interviews so that they will meet clear patterns. The results of this program were made not only for vaccination, but of course ANTV made this program at the same time to entertain the public against boredom during the pandemic and help the community with the economy for food because this program certainly provides basic necessities for the local community.

Keywords: Social Marketing, Vaccination, Corporate Social Responsibility (CSR).

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORILISINITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep yang Relevan.....	7
2.1.1 Pengertian Social Marketing	7
2.2 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	11

2.2.1 Pengertian CSR	11
2.2.2 Jenis-Jenis Program Corporate Social Responsibility	13
2.2.3 Tujuan dari CSR.....	14
2.2.4 Bentuk-bentuk CSR.....	14
2.2.5 Prinsip-prinsip CSR.....	14
2.3 Teori CSR.....	15
2.4 Tahapan Program CSR.....	15
2.5 Strategi <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.6 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	18
Matriks Jurnal Penelitian Terdahulu	20
2.7 Model Kerangka Pemikiran	21
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain dan Pendekatan.....	23
3.2 Metode Penelitian Kualitatif	23
3.3 Subjek Penelitian.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Analisis Data	26
3.6 Triangulasi Data.....	26
3.7 Operasional Konsep	27
Tabel Operasional Konsep	28
BAB IV.....	31
HASIL & PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	31
4.1.1 Gambaran Umum PT. Cakrawala Andalas Televisi.....	31

4.1.2 Sejarah Singkat PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV)	32
4.1.3 Tugas Pokok, Fungsi, Kewenangan serta Visi dan Misi PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).....	34
4.2 ANTV (SENTRA VAKSIN)	37
4.3 Profil Informan	39
4.4 Penyajian Data.....	43
4.5 Pembahasan.....	72
BAB V	88
PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Teoritis.....	90
5.2.2 Saran Teoritis.....	91
Daftar Pustaka	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teori.....	22
Gambar 4.1	35
Gambar 4.2	35
Gambar 4.3	35
Gambar 4.4	35
Gambar 4.1.9.1 <i>Poster feeds instagram Sentra Vaksin</i>	37
Gambar 4.3.1 Foto Informan.....	39
Gambar 4.3.2 Foto Informan.....	40
Gambar 4.3.3 Foto Informan.....	41
Gambar 4.3.4 Foto Informan.....	42
Gambar 4.4 Suasana Sentra Vaksin	53