

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) KEZEA YEMIMA (915160033)
- (B) STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL BOS FOUNDATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
- (C) x + 54 halaman, 2019, gambar 4, lampiran 7
- (D) *PUBLIC RELATION*
- (E) ISI :

Habitat orangutan yang terus menyusut jumlahnya dapat mengakibatkan kepunahan dari eksistensi orangutan. Hutan hujan tropis merupakan habitat orangutan yang banyak dijadikan perkebunan kelapa sawit. Namun, tidak sedikit masyarakat yang ingin berkontribusi dalam pelestarian orangutan serta habitatnya. Borneo Orangutan Survival Foundation, adalah salah satu organisasi non-profit yang memiliki kepedulian terhadap orangutan dan habitatnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang membahas tentang strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh BOS Foundation guna menarik awareness masyarakat melalui Instagram dalam upaya konservasi orangutan serta perbaikan habitatnya. Data hasil penelitian diambil dari wawancara dengan tiga narasumber terkait penelitian ini. Data yang didapat dianalisis dengan konsep SOSTAC yang membahas tentang situasi, tujuan, strategi, taktik, aksi, dan kontrol terkait pembahasan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh BOS Foundation melalui Instagram ialah dengan memiliki standarisasi dalam mengunggah konten, memuat caption yang menarik untuk dibaca, juga memperhatikan engagement yang dihasilkan.

Kata Kunci: Pemasaran Sosial, BOS Foundation, *Awareness*

- (F) Daftar Pustaka buku 29 (2006-2018), Sumber skripsi 2 (2013-2017), Sumber internet 5 (2011-2019)
- (G) Farid Rusdi, S.S., M.Si