

ABSTRAK

LA VIOLA FIORENTINA. 13818730

PERENCANAAN KOMUNIKASI YAYASAN PLAN INTERNATIONAL INDONESIA DALAM KAMPANYE KEPEMIMPINAN PEREMPUAN DI DUNIA KERJA PADA PROGRAM #GIRLSTAKEOVER 2021 MELALUI AKUN INSTAGRAM @PLANINDONESIA

Kata Kunci: Perencanaan Komunikasi, Kampanye, Instagram, Yayasan Plan International Indonesia, #GirlsTakeover 2021

(xvi + 88 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan komunikasi Yayasan Plan International Indonesia dalam kampanye kepemimpinan perempuan di dunia kerja pada program #GirlsTakeover 2021 melalui akun instagram @planindonesia. Teori yang digunakan adalah Teori Perencanaan Komunikasi Model John Middleton (dalam Hafied, 2017) dan Model Kampanye Ostergaard (dalam Venus, 2018). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan Yayasan Plan International Indonesia terdiri dari 4 tahapan, yaitu (1) perumusan tujuan, ingin kaum muda perempuan mendapatkan akses yang lebih luas dan juga mendapatkan dampak yang berkelanjutan dari kampanye #GirlsTakeover 2021; (2) pemilihan media, dengan *media engagement* menggunakan *press release* dan *press conference*, *building thought leader* melalui *opinion editorial*, *public engagement* dalam *celebratory* dan *social media campaign* dari *promotional content*, *user generated content* serta *educative post* atau *facts*; (3) desain dan pengembangan media, menggunakan bahasa yang dapat mudah dimengerti agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak; dan (4) evaluasi, *campaign report* serta evaluasi keseluruhan.

Daftar Pustaka (2013 - 2021)