

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kuasa dan penyertaan-Nya, peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PENYEBARAN KONTEN EDUKASI PT BIO FARMA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERKAIT VAKSINASI INFLUENZA MELALUI INSTAGRAM @UPDATE.IMUN” sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial di Universitas Telkom.

Penyusunan skripsi ini mampu terselesaikan tentunya berkat banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara material maupun immaterial. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang hebat ini, dengan rasa hormat kepada

1. Bapak Prof. Dr. Adiwijaya, S.Si., M.Si selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Ibu Ade Irma Susanty, Ph.D selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom.
3. Ibu Dr. Tita Amelia Milyane S.Sos., M.Si Selaku Kepala Program Studi S1 Digital Public Relations.
4. Bapak Slamet Parsono, S.Sos., M. Ikom selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah membimbing peneliti dari awal hingga akhir.
5. Ibu Aqida Nuril Salma selaku Dosen Wali Kelas PR-45-03
6. Seluruh dosen pengajar program studi S1 Digital Public Relations yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama peneliti mengikuti studi Universitas Telkom.
7. Ibu Nadia Puspa Pujianthi, Manajer Above The Line Komunikasi Komersial Nasional PT Bio Farma yang bersedia menjadi Informan Kunci 1.
8. Bapak Ksatria Wasis Wicaksono Ismujati, Marketing Communication Staff PT Bio Farma yang bersedia menjadi Informan Kunci 2.
9. Ibu Dr. Rita Destiwati, S.S., M.Si yang bersedia menjadi Informan Ahli Komunikasi Kesehatan.
10. Hana Olivia Tarigan, yang bersedia menjadi Informan Pendukung untuk memberikan data pendukung.

11. Seluruh Keluarga saya, Nenek, Kakek, Mama, Ayah, Arkan, yang memberikan dukungan dan doa selama hidup peneliti.
12. Sahabat saya, Assyifa Rahma Khairani yang senantiasa mendukung saya di situasi dan kondisi apapun, dan yang telah menjadi tempat keluh kesah peneliti dari dulu hingga sekarang.
13. Ungkapan Terimakasih mendalam bagi Hana Olivia Tarigan, yang telah menjadi tempat keluh kesah terbaik peneliti sekaligus mendukung dan membantu saya.
14. Alvina Salsabila Puteri, selaku teman pertama saya selama berkuliah di Telkom University.
15. Teman-teman PR-45-03 yang menjadi teman sejak awal masuk kuliah.
16. Moka, miki, piyo, yang senantiasa menemani hari hari peneliti walaupun mereka sudah di surga.

Bandung, 5 Februari 2025



Nasywamaraya Natakusumah

NIM: 1503210206

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyebaran konten edukasi oleh PT Bio Farma dalam meningkatkan kesadaran vaksinasi influenza melalui Instagram *@update.imun*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini mengacu pada teori karakteristik *new media* oleh Lister yaitu: (1) *Digital*; (2) *Interactive*; (3) *Hypertextual*; (4) *Virtual*; (5) *Networked*; (6) *Stimulated*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penyebaran konten edukasi PT Bio Farma melalui Instagram *@update.imun* telah memanfaatkan karakteristik media baru. Penyebaran konten edukasi informasi vaksinasi influenza oleh PT Bio Farma dilakukan melalui Instagram *@update.imun* yang kontennya dikemas dalam format visual dan video yang menarik untuk meningkatkan perhatian masyarakat. Selain itu, Instagram *@update.imun* mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kampanye edukasi, memperkuat hubungan, dan menciptakan obrolan yang mendalam terkait vaksinasi influenza. Selanjutnya, *@update.imun* memanfaatkan fitur Instagram berupa tagar, mention, dan link untuk memperluas jangkauan konten dan mempermudah masyarakat mencari informasi vaksinasi influenza secara lebih lanjut. Berikutnya, *@update.imun* memanfaatkan fitur *live session* pada Instagramnya agar masyarakat dapat terlibat langsung dalam diskusi sehingga mendapatkan informasi lebih personal yang dapat memperkuat kesadaran akan pentingnya vaksinasi influenza. Lalu, *@update.imun* melakukan kolaborasi dengan komunitas, organisasi, dan influencer yang dapat memperluas cakupan kampanye vaksinasi influenza. Kemudian, *@update.imun* merancang elemen visual menarik dengan memakai tema retro 80-an agar sesuai dengan target audiens utama yaitu Gen Z dan milenial. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya vaksinasi influenza dan memberikan wawasan bagi pengelolaan komunikasi kesehatan di media sosial.

**Kata Kunci:** Strategi penyebaran konten, Edukasi vaksinasi, Kesadaran vaksinasi influenza, Instagram Update Imun, Karakteristik media baru.