

Kampanye Sosial “Water Literacy” pada Komunitas Sungai Ciliwung di Sekitar Kampus UI Depok Menggunakan Strategi Social Marketing

Dr. Rr. Dwinanti Rika Marthanty, ST, MT

Program kampanye sosial “Water Literacy” melibatkan tiga kelompok motivator yang tinggal di tepian Sungai Ciliwung. Mereka adalah tokoh masyarakat/RT/RW, karang taruna, dan perempuan (PKK). Kampanye sosial dengan memerhatikan *marketing mix* yaitu *product, price, place, dan promotion* untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap air sehingga tidak lagi membuat sampah sembarangan dan tidak banyak menggunakan plastik serta mau menghemat air dan menjaga kualitas air.



Ibu-ibu anggota PKK merupakan salah satu kelompok motivator dalam kampanye “Water Literacy” untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap air.