

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Strategi Manajemen Komunikasi Digital PT Bio Farma dalam Mendukung Program Vaksinasi Nasional dan Global”. Tujuan penelitian yaitu untuk mengidentifikasi strategi komunikasi digital yang diterapkan, memahami tantangan yang dihadapi selama pandemi COVID-19, serta mengevaluasi efektivitas praktik komunikasi tersebut dalam membangun kepercayaan masyarakat dan mendukung keberhasilan program vaksinasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi kondensasi data, reduksi data, dan validasi data untuk memastikan keabsahan temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi komunikasi digital yang dilakukan PT Bio Farma dalam mendukung program vaksinasi meliputi penggunaan platform media sosial, situs resmi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak terkait untuk edukasi dan penanganan hoaks. (2) Tantangan utama yang dihadapi adalah penyebaran hoaks dan misinformation yang memerlukan strategi penanganan yang tepat, termasuk pemberian informasi yang akurat dan transparan. (3) Strategi yang diterapkan dinilai efektif dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan edukasi masyarakat terkait vaksinasi, termasuk melalui inovasi komunikasi digital yang bersifat empati dan adaptif terhadap dinamika isu publik

Kata Kunci : Komunikasi digital, Manajemen Komunikasi, Strategi komunikasi, Vaksinasi

ABSTRACT

This research was conducted to find out “PT Bio Farma’s Digital Communication Management Strategy in Supporting the National and Global Vaccination Programs”. The research aims to identify the digital communication strategies implemented, understand the challenges faced during the COVID-19 pandemic, and evaluate the effectiveness of these communication practices in building public trust and supporting the success of the vaccination program. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The data analysis techniques used include data condensation, data reduction, and data validation to ensure the validity of the findings.

The results showed that: (1) The digital communication strategy carried out by PT Bio Farma in supporting the vaccination program includes the use of social media platforms, official websites, and collaboration with various related parties for education and handling hoaxes. (2) The main challenge faced is the spread of hoaxes and misinformation which requires appropriate handling strategies, including providing accurate and transparent information. (3) The strategies implemented are considered effective in building public trust and increasing public education related to vaccination, including through digital communication innovations that are empathetic and adaptive to the dynamics of public issues.

Keywords: Digital communication, Communication Management, Communication strategy, Vaccination