**ABSTRAK**

**Kezia Carissa Dorothy Amadea Rachman/64150284/Strategi Kampanye Sosial Queenrides Melalui Komunikasi Interaktif dalam Upaya Mengubah Perilaku Wanita dalam Berkendara/2019/Andriani L. Soetoto, Dra., M.Pd./Pembimbing**

Kecelakaan dalam berkendara merupakan peristiwa yang sering terjadi di Indonesia. Data Korps Lintas Mabes Polri 2015 menyatakan pengemudi perempuan lebih berpotensi mengalami kecelakaan dibanding pria. Queenrides adalah *start up social enterprise* berbasis teknologi yang bertujuan mencegah tingginya angka kecelakaan pada pengendara wanita dan mengajak setiap wanita agar sadar pentingnya keselamatan berkendara. Penelitian ini menjelaskan pemanfaatan *website,* media sosial, dan media komunikasi kelompok sebagai saluran yang digunakan oleh Queenrides dalam melakukan strategi kampanye sosial melalui komunikasi interaktif dalam upaya mengubah perilaku wanita dalam berkendara.

Penelitian ini menggunakan model komunikasi interaksional dari Wilbur Schramm, konsep kampanye sosial, saluran kampanye, dan *safety riding*. Model dan konsep ini digunakan untuk menjelaskan komunikasi interaktif berlangsung dua arah antara komunikator dan komunikan di mana dalam kampanye sosial ini peran keduanya sejajar dan penting.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi kepustakaan. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu teknik analisis Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kolaborasi antara media *online* dengan *offline* saling mendukung aktivitas kampanye sosial di mana *website,* media sosial, dan media komunikasi kelompok digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi dalam berbagai bentuk seperti artikel, foto, gambar yang berkaitan dengan keselamatan berkendara. Ketiga saluran tersebut merupakan media interaktif dan dapat menciptakan kesempatan berlangsungnya komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan.

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan *website*, media sosial, dan media komunikasi kelompok sebagai media dalam pelaksanaan strategi kampanye sosial safety riding melalui komunikasi interaktif sangat bermanfaat dan berperan penting untuk menciptakan kesadaran khalayak sasaran terutama pengendara wanita agar berkendara sesuai dengan aturan keselamatan berkendara. Selain itu, Queenrides bukan hanya sekedar melakukan kampanye yang bertujuan sosial, namun sekaligus juga melakukan bisnis di mana antara Queenrides dengan perusahaan-perusahaan yang dituju saling menguntungkan.

**Kata Kunci:** Strategi, Kampanye Sosial, Komunikasi Interaktif, Saluran Kampanye,

*Safety Riding,* Queenrides.

**ABSTRACT**

***Kezia Carissa Dorothy Amadea Rachman/64150284/Queenrides Social Campaign Strategy through Interactive Communication in Changing Women’s Attitude in Riding/ 2019/Andriani L. Soetoto, Dra., M.Pd./Advisor***

*Accidents in riding is one of the most frequent events in Indonesia. Data from Korps Lintas Mabes Polri 2015 state women experienced more accidents compared to men. Queenrides is a technology-based startup social enterprise that aims in preventing high accident numbers in women riders and raise awareness in the importance of safety in riding. This research explain the use of website, social media, and group communication media as tools that are used by Queenrides in doing their social campaign strategy of interactive communication in an effort of changing women’s attitude in riding.*

*This Research uses Wilbur Schramm’s model of interactional communication, social campaign concept, campaign channel, and safety riding. This model and concept explain that interactive communication goes both ways between communicator and communicatee which is important in this social campaign.*

*This research using descriptive qualitative approach. Technique data accumulation is done by interviews and literature study. This research uses Miles and Huberman’s Qualitative Data Analysis in analyzing the data.*

*The results of the study shows that collaboration between online and offline media raise the social campaign activity in which website, social media, and group communication media is used to convey communication message in a number of ways from articles, photos, and pictures that correlates to safety riding. The three methods are a form of interactive media and could create the opportunity of a two way communication between communicator and communicatee.*

*This Research finds that the use of website, social media and group communication media as a safety riding social campaign strategy through interactive communication are useful and plays a critical part in creating an awareness of the target audience, especially women riders to abide by safety riding. Other than that, Queenrides doesn’t only do the campaign for social purposes, but at the same time also doing business where between Queenrides and the targeted companies are mutually beneficial.*

***Keywords:*** *Strategy, Social Campaign, Interactive Communication, Campaign Channel,*

*Safety Riding, Queenrides.*