

Analisis pemanfaatan media digital sebagai strategi komunikasi program CSR PT L'OREAL Indonesia = The analysis of digital media usage as a communication strategy of Corporate Social Responsibility programs at PT L'OREAL Indonesia

Saskia Eka Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404660&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Salah satu tugas utama praktisi PR adalah menjaga hubungan dengan komunitasnya. Hal ini di implementasikan dalam pelaksanaan program-program CSR yang bermanfaat. Program CSR dewasa ini diharapkan untuk tidak hanya mampu membawa perubahan yang nyata bagi masyarakat akan tetapi dikomunikasikan dengan baik kepada target audiens komunitasnya sesuai dengan pesan yang disampaikan. Kemunculan media baru telah membawa dampak bagi berkembangnya komunitas dunia maya sebagai salah satu audiens baru, dimana hal itu mengindikasikan perlunya komunikasi program dalam bentuk baru. L'OREAL Sustainability Commitment merupakan rangkaian program CSR L'OREAL yang dipublikasikan kepada target audiens di dunia maya.

Makalah ini berusaha untuk melihat bagaimana bentuk komunikasi yang dilakukan L'OREAL dengan penggunaan media baru dalam rangka publikasi program CSR sehingga program tersebut sukses dipublikasikan ke audiens dunia maya dalam rangka peningkatan interaktivitas audiens. Hasil analisis menunjukkan bahwa program-program CSR PT. L'OREAL Indonesia berhasil masuk ke dalam ranah digital memanfaatkan platform media baru dengan segala karakteristiknya, antara lain : interaktivitas, konvergensi dan user generated. Akan tetapi, hasil analisis juga menunjukkan bahwa perlu adanya penambahan konten orisinal dari L'OREAL Indonesia melalui platform medianya kepada audiens komunitas lokal agar meningkatkan interaktivitas akan program-program.

<hr>

ABSTRACT

One of the Public Relations Practitioners' duty is to maintain the relationship with the community involved. It is implemented by the execution of CSR Programs that are beneficial for the stakeholders. The CSR program nowadays must not only bring real changes to the community, but also being communicated well to the targeted audience in synchronization with the messages. The rise of new media develops a new form of community audience, which is cyber community. This indicates that company needs to communicate the CSR programs in new forms. L'OREAL Sustainability commitment is a series of CSR program that is published to the targeted cyber community.

This journal is intended to see how the usage of new media in communicating Loreal CSR programs could increase the interactivity of the targeted cyber community. The analysis shows that PT. L'OREAL Indonesia's CSR Programs successfully penetrate the cyber community by using the new media platforms with its characteristic such as interactivity, convergence and user generated. The analysis also shows that there is a need to add the original content from PT. L'OREAL Indonesia within their media platform for their local audience to bring more interactivity.