

Perencanaan program komunikasi cyber PR untuk membangun reputasi dan bisnis media online Kampus Update = Cyber PR communication program planning to build reputation and business of online media Kampus Update

Luthviana Riannisa Astari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20405118&lokasi=lokal>

Abstrak

RINGKASAN EKSEKUTIF

Analisis Situasi

1. Kampus Update merupakan sebuah bisnis rintisan yang bergerak di bidang jasa promosi informasi bagi anak muda melalui media online.
2. Kampus Update sulit menjalankan operasi bisnisnya karena tidak memiliki pendapatan finansial yang tetap setiap bulannya. Minimnya pendapatan finansial Kampus Update diindikasikan dengan minimnya jumlah kerjasama beriklan yang berhasil disepakati bersama antara Kampus Update dan kliennya. Hal ini disebabkan minimnya pengetahuan klien akan jasa yang ditawarkan Kampus Update dan pengelolaan hubungan dengan klien yang kurang maksimal.
3. Kampus Update memerlukan sebuah program komunikasi yang dapat membangun reputasinya sehingga mampu membuat target khalayaknya mengetahui lini bisnis Kampus Update dan mau menjalin kerjasama dengan Kampus Update. Program komunikasi ini diwujudkan dalam bentuk Program Komunikasi Cyber PR.

Tujuan

Program komunikasi Cyber PR bertujuan membangun reputasi Kampus Update sehingga khalayak sasaran bersedia bekerjasama atau beriklan dengan Kampus Update, sehingga pada akhirnya Kampus Update dapat memperoleh pemasukan finansial yang tetap setiap bulannya.

Sasaran

Sasaran program komunikasi:

1. Membangun pengetahuan mengenai lini bisnis Kampus Update kepada khalayak sasaran sebanyak 80% dalam setahun
2. Membangun ketertarikan khalayak sasaran terhadap hal-hal seputar kerjasama yang dapat dilakukan antara pelanggan dan Kampus Update sebanyak 60% dalam setahun
3. Membangun hasrat kerjasama para khalayak sasaran sebanyak 40% dalam setahun
4. Membangun reputasi Kampus Update sebagai sebuah bisnis yang dapat memfasilitasi kebutuhan khalayak sasarnya.

Sasaran bisnis:

1. Meningkatkan pengetahuan mengenai lini bisnis Kampus Update kepada target khalayak sebanyak 80% dalam setahun
2. Meningkatkan ketertarikan target khalayak terhadap hal-hal seputar kerjasama yang dapat dilakukan antara pelanggan dan Kampus Update sebanyak 60% dalam setahun
3. Meningkatkan hasrat kerjasama para pelanggan sebanyak 40% dalam setahun
4. Meningkatkan pembelian produk jasa Kampus Update oleh

pelanggan sebanyak 20% dalam setahun.

Strategi

1. Implementasi Search Engine Optimization (SEO) akun Kampus Update
2. Optimalisasi Search Engine Marketing (SEM) akun Kampus Update
3. E-Customer Relations

Khalayak Sasaran

1. Perusahaan atau organisasi yang berpotensi menjadi klien baru Kampus Update
2. Perusahaan atau organisasi yang pernah menjadi klien Kampus

Pesan Kunci

Kampus Update merupakan media online terbaik di Indonesia yang dapat memfasilitasi kebutuhan kliennya dalam mempromosikan kegiatan dan program yang berkaitan dengan anak muda.

Taktik

1. Taktik untuk strategi Implementasi SEO akun Kampus Update
 - a. Revitalisasi profil akun twitter, facebook fanpage, dan instagram Kampus Update
 - b. Revitalisasi konten About Us di situs Kampus Update
 - c. Pembuatan artikel online di situs Kampus Update dengan menggunakan indeks kata kunci
 - d. Pembuatan blog Kampus Update
2. Taktik untuk strategi Optimalisasi SEM akun Kampus Update
 - a. Kerjasama dengan akun media sosial twitter rekanan sebagai linking assistance
 - b. Kerjasama dengan blog rekanan sebagai linking assistance
3. Taktik untuk e-Customer Relations
 - a. Menjalni komunikasi dengan klien yang sudah pernah bekerjasama
 - b. Menjalni komunikasi dengan calon klien baru

Jadwal

Januari - Desember 2015

Anggaran

Rp 2.000.000

Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan adalah metode input, output, dan outcome

.....

Situation Analysis

1. Kampus Update is a startup business that provides services in information and promotion for youth through online media.
2. Kampus Update had difficulties in doing their business services due to no fixed financial income per month. Lack of this financial income was indicated by lack of advertising cooperation between Kampus Update and the client. This was caused by the lack of awareness that the clients had regarding the services that Kampus Update provides and the lack of customer relationship management from Kampus Update team.
3. Kampus Update needs a communication program in order to build its reputation so it can build the awareness of their target publics about those services and finally cause them to be interested in cooperating in terms of advertisement. This program planning is in the form of Cyber PR communication program.

Goals

Cyber PR communication program's goals is to build Kampus Update's reputation so it bring clients will deal the advertising cooperation with Kampus Update, so finally it can make Kampus Update gain the fixed financial income per month.

Objectives

Communication Program Objectives:

1. Building the knowledge about Kampus Update's business services to the target publics by 80% in a year.
2. Building the interest with the target publics in terms of cooperation that can be done between Kampus Update and the clients by 60% in a year.
3. Building target publics' desire to do the cooperation by 40% in a year.
4. Building Kampus Update reputation as a business which can facilitate their target publics' needs.

Business Objectives:

1. Raising the knowledge about Kampus Update's business services to the target publics by 80% in a year.
2. Raising the interest with the target publics in terms of cooperation that can be done between Kampus Update and the clients by 60% in a year.
3. Raising clients's desire to do the cooperation by 40% in a year.
4. Raising the number of the cooperation dealt with the clients by 20% in a year.

Strategies

1. Implementing Search Engine Optimization (SEO) by Kampus Update account.
2. Optimizing the use of Search Engine Marketing (SEM) by Kampus Update account.
3. E-Customer Relations

Target Publics

1. Companies or organizations which are potential in being Kampus Update's next clients.
2. Companies or organizations that have been Kampus Update's clients before

Key Message

Kampus Update as the best online media in Indonesia that can facilitate the clients in promoting the events and programs for young people.

Tactics

1. Tactics for implementing the use of SEO by Kampus Update account's strategy
 - a. Revitalizing the profile of Kampus Update's twitter account, facebook fan page, and instagram.
 - b. Revitalizing the content of About Us in Kampus Update's website page.
 - c. Creating online articles in Kampus Update's website page by using index.
 - d. Creating Kampus Update's official blog.
2. Tactics for optimizing SEM by Kampus Update's account's strategy.
 - a. Partnering with similar twitter accounts as the linking assistance.
 - b. Partnering with similar blogs as the linking assistance.
3. Tactics for E-Customer Relations' strategy
 - a. Communicating with the clients that have been partnering with them before.
 - b. Communicating with the new potential clients

Timeline

January - December 2015

Budgeting

Rp 2.000.000

Evaluation

The evaluation method used is the method of input, output, and outcome.