

Program komunikasi humas pemasaran "Generasi Non Tunai" melalui media sosial PT Multi Adiprakarsa Manunggal (Kartuku) = Marketing public relations communication program "Generasi Non Tunai" through social media of PT Multi Adiprakarsa Manunggal (Kartuku) / Dicky Renanda Putra

Dicky Renanda Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423814&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Masyarakat non tunai merupakan ide yang berkembang di negara-negara maju. PT Multi Adiprakarsa Manunggal (Kartuku) yang merupakan perusahaan penyedia teknologi keuangan turut berpartisipasi dalam mencetuskan ide tersebut di Indonesia. Program ini mengusulkan rencana pemasaran produk Kartuku terkait ide masyarakat non tunai melalui media sosial. Pemasaran dan komunikasi Kartuku secara offline sudah bagus. Namun, pemasaran dan komunikasi secara online masih belum signifikan, terutama pada media sosial. Hal ini menjadi masalah jika melihat pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi digital di Indonesia, terutama kota-kota besar. Rendahnya tingkat pembangunan infrastruktur dan sudah terbiasanya masyarakat Indonesia dengan transaksi tunai bisa menjadi hambatan.

Program ini bertujuan untuk mengenalkan isu masyarakat non tunai dengan produk-produk Kartuku, terutama digital gift card, sebagai contoh instrumen transaksi non tunai kepada pengguna media sosial di kota-kota besar Indonesia. Ada lima rangkaian program yang diusulkan: pemasaran konten, pembuatan blog, pemanfaatan search engine optimization, kuis berhadiah, dan endorsement. Semua usulan program tersebut membutuhkan total anggaran hingga Rp. 50.950.000,-. Program secara penuh dijalankan selama lima bulan dari persiapan hingga evaluasi pada Juni 2016 ? Oktober 2016. Pelaksanaannya sendiri dilakukan selama tiga bulan saja pada Juli 2016 ? September 2016. Program nantinya akan dievaluasi dengan metode pengukuran input, output, dan outcome.

<i>ABSTRACT</i>

Cashless society is a developing idea in many developed country. PT Multi Adiprakarsa Manunggal (Kartuku) is a third-party provider for financial technology who also participates in realizing the idea in Indonesia. This program proposes a marketing plan for Kartuku?s product linked to cashless society idea through social media. Kartuku?s offline marketing and communication is quiet good. But, their online marketing and communication is still not significant, especially on social media. This becomes a problem if it?s compared to fast development of digital technology in Indonesia, especially in urban cities. People habit in using cash and low rate for cashless infrastructure development can become a threat.

This program?s goal is to introduce cashless society idea with Kartuku?s products, especially digital gift card, as examples of cashless transaction instrument to social media user in urban cities of Indonesia. There are five series of program proposed: content marketing, use of blog, use of search engine optimization, prized quiz, and endorsement. All these series of program will cost up to Rp. 50.950.000,-. Program will be held for five months from preparation to evaluation in June 2016 ? October 2016. Execution itself will be

held for three months in July 2016 ? September 2016. The program will be evaluated by input, output, and outcome measurement method.</i>