

Rancangan program komunikasi ekspansi usaha PT Investree Radhika Jaya = Business expansion communication strategy of PT Investree Radhika Jaya

Prilly Ramadhanty Qadri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468251&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Analisis Situasi: Hanya 20% responden yang mengetahui Investree. Terdapat pesaing dengan model bisnis serupa yaitu Modalku, Amarnya, Koin Works, Uang Teman dan Taralite? Kurangnya literasi masyarakat akan teknologi keuangan. Perkembangan fintech sudah tumbuh pesat. Tidak seimbang jumlah lender dan borrower. Tujuan: Meningkatkan awareness dan trust masyarakat terhadap Investree sekaligus meningkatkan literasi masyarakat terhadap teknologi keuangan. Strategi: Memanfaatkan Peluncuran Representative Office Investree di Surabaya dengan program publisitas, Media Activity, New Media dan Special Event di Jakarta. Khalayak Sasaran: Target Primer: Geografis : Domisili Jakarta dan sekitarnya. Demografis: Laki-laki dan perempuan, SES A-B-C, Usia 20-25 tahun, Memiliki usaha/bisnis yang memerlukan pembiayaan. Psikografis: Lekat dengan penggunaan internet dan telepon genggam, memiliki keinginan untuk berkembang Target Sekunder: Masyarakat Indonesia.

<hr>

ABSTRACT

Situation: Analysis Only 20 of respondents know Investree There are competitors with similar business models that are Modalku, Amarnya, KoinWorks, Uang Teman and Taralite Lack of public literacy on financial technology. The development of Fintech has grown rapidly Unbalanced number of lenders and borrowers. Objective: Increase awareness and public trust to Investree while increasing community literacy on financial technology. Strategy: Utilizing the launch of Investree Office Representative in Surabaya with publicity program, Media Activity, New Media and Special Event in Jakarta Target Audience Primary Target Geographic Lives in Jakarta. Demographic: Male and Female, SES A B C, Aged 20 25 years old, have a business that needs financing help. Psychographic Closely to the use of the internet and mobile phones, have a desire to evolve Secondary Target Lives in Indonesia.