

Strategi public relations pada kampanye produk kondom (studi mengenai pendekatan persuasi pada kampanye Durex #Turnofftoturnon tahun 2014-2015 di Indonesia) = Public relations strategy on condom product campaign a study of persuasive approaches in the Durex #Turnofftoturnon campaign 2014-2015 in Indonesia)

Dhea Luciany Januar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468675&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kampanye merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang sering menjadi pilihan yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Kegiatan kampanye membutuhkan proses yang dapat dilihat dengan menggunakan formula SMCRE. Humas memegang peranan penting dalam proses kampanye, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaannya. Setiap kampanye memiliki tujuan yang ingin di wujudkan, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat. Strategi public relations dapat digunakan untuk mencapai tujuan sebuah kampanye, salah satu strategi PR yang dapat digunakan adalah teknik persuasif. Cara ini dapat diterapkan untuk kampanye, terutama untuk produk-produk khusus dimana produk tersebut tidak bisa ditampilkan secara eksplisit, seperti yang dibahas dalam tulisan ini, yaitu produk kondom. Tulisan ini akan membahas mengenai proses dan model kampanye yang dilakukan Durex TurnOffToTurnOn di Indonesia, serta pendekatan persuasi yang dilakukan. Kampanye Durex ini bekerjasama dengan World Wildlife dengan memanfaatkan kegiatan Earth Hour. Kampanye ini dianalisis menggunakan model kampanye Nowak dan Warneryd karena elemen-elemennya sesuai dengan keadaan yang dihadapi oleh Durex. Hasil dari analisis akan menunjukkan pendekatan komunikasi persuasif yang digunakan untuk menghadapi tantangan yang ada di Indonesia. Kata kunci: kampanye Public Relations, kampanye Kondom, Durex, pendekatan persuasi.

<hr>

ABSTRACT

Campaign is one of the most frequent communication activities that used to deliver a message. Campaign activity requires a process that can be analyzed by using SMCRE formula. Public relations have an important role in the campaign process, from planning to implementation. Each campaign has goals to achieve, so it need a right strategy. Public relations strategies can be used to achieve the goals of a campaign, one of the PR strategies that can be used is persuasive approach. This can be applied to campaigns, especially for special products where the product can not be displayed explicitly, as discussed in this paper, condom. This paper will discuss about the process and model of campaign used by Durex campaign TurnOffToTurnOn in Indonesia, and also persuasive approach. Durex collaborate with World Wildlife by using Earth Hour activities. This campaign is analyzed by using Nowak and Warneryd campaign models because the elements suitable with the circumstances that faced by Durex. The results of the analysis will show the persuasive communication approach that used by Durex to deal with the challenges in Indonesia. Keywords public relations campaign, condom campaign, Durex, persuasive approach