

Perencanaan program marketing public relations dalam meningkatkan brand awareness UKM Bisnis CEDS UI pada mahasiswa Universitas Indonesia. "Usaha Itu Harus! Mari Berwirausaha!" = Marketing public relations program to Increase brand awareness of Center for Entrepreneurship Development and Studies (CEDS) for University of Indonesia students. "Usaha Itu Harus! Mari Berwirausaha!"

Dwi Wulansari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482204&lokasi=lokal>

Abstrak

Center for Entrepreneurship Development and Studies University of Indonesia (CEDS UI) adalah UKM bisnis pertama yang ada di Universitas Indonesia. Sejak Juli 1998, CEDS UI berada dibawah Kasubdit Penalaran Direktorat Kemahasiswaan. CEDS UI mengemban tugas untuk mengembangkan iklim wirausaha di UI dan memiliki visi untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan dan pengkajian kewirausahaan bagi mahasiswa. Sampai pada akhir tahun 2017, CEDS UI telah meluluskan sebanyak 18 angkatan organisasi yang tergabung ke dalam Ikatan Alumni CEDS UI (ILUNI CEDS) di mana tersebar di seluruh Indonesia sebagai pengusaha di berbagai bidang. Namun, komunikasi pada internal dan eksternal CEDS UI serta perencanaan strategi komunikasi belum dijalankan secara optimal, hal tersebut membuat CEDS UI belum menjadi top of mind bagi mahasiswa UI sebagai UKM bisnis pertama yang ada di Universitas Indonesia. Dengan begitu, CEDS UI memerlukan rangkaian perencanaan program humas pemasaran untuk meningkatkan brand awareness pada khalayak sarannya yaitu mahasiswa UI.

Center for Entrepreneurship Development and Studies University of Indonesia (CEDS UI) is the first student activity unit of bussiness in Universitas Indonesia. Since July 1998, CEDS UI is under Sub Directorate of Reasoning Directorate of Student Affairs. The duty of CEDS is to develop the inteprenuerial in UI and has the vision to contibute to the development and study of enterprenuership for the students. Until 2017, CEDS UI has graduated 18 batches of organization, which belong to the CEDS Alumni Assosiasi (ILUNI CEDS), which are spreaded all around Indonesia as a enterprenuers in variety of fields. However, Communication in both external and internal of CEDS UI and also the strategic communication plan have not been implemented optimally. Thus, CEDS UI has not became top of mind as a the student activity unit of bussiness for students of Universitas Indonesia. Therefore, CEDS UI needs Marketing Public Relations program to increase their brand awareness to their target audience, UI students.