

Program Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Startup Aglonera Periode Januari 2020 - Juni 2020 = Integrated Marketing Communications Strategy for Startup Aglonera (Januari 2020 - Juni 2020)

Maylsha Tiara Wiyutama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499809&lokasi=lokal>

Abstrak

Aglonera merupakan startup yang bergerak dalam bidang distribusi produk hasil pertanian kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam sektor makanan dan minuman. Meskipun telah beroperasi selama hampir 1,5 tahun, masih belum terdapat brand awareness terhadap Aglonera bagi target konsumen secara luas. Untuk meningkatkan jangkauan serta kesadaran masyarakat terhadap keberadaan solusi digital pertanian dan UMKM yang ditawarkan oleh Aglonera, maka dirancang program komunikasi pemasaran terpadu dengan big idea Sahabat Serba Ada dan tagline Langgan Andalan. Program ini diharapkan dapat membantu Aglonera untuk menjangkau target konsumen yang lebih luas serta memberikan dampak terhadap peningkatan reach dan engagement dari masing-masing saluran komunikasi Aglonera baik online ataupun offline. Program ini dirancang untuk dijalankan selama 6 bulan dengan penggunaan sejumlah elemen komunikasi pemasaran terpadu. Adapun biaya yang dibutuhkan dalam eksekusi program adalah senilai Rp 195.600.000. Selain jabaran analisa situasi dan permasalahan, akan dijelaskan pula proses implementasi hingga monitoring dan evaluasi, guna memastikan program berjalan dengan lancar dan efektivitas masing-masing upaya komunikasi dapat diarahkan dan dievaluasi.

<hr>

Aglonera is a digital-startup company with a mission to give out solution regarding the distribution of agricultural products to micro, small and medium enterprises (SMEs) within food and beverage sector. Even though Aglonera has been operating for almost 1.5 years, there is still no brand awareness of Aglonera for a broad target audience. To increase the reach and public awareness of the existence of Aglonera, an integrated marketing communication program was designed with the big idea Aglonera Sahabat Serba Ada and the tagline Langgan Andalan. This program is expected to help Aglonera to reach a wider target audience and have an impact on increasing the reach and engagement of each Aglonera communication channel both online and offline. This program is designed to run for 6 months with the use of a number of elements of integrated marketing communication. The costs required to execute the program are worth Rp 195,600,000. In addition to the description of the situation and problem analysis, the implementation process through monitoring and evaluation will also be explained, to ensure the program runs smoothly and the effectiveness of each communication effort can be directed and evaluated