

Kampanye public relations PT BNI Life insurance dalam meningkatkan awareness masyarakat millennial = PT BNI Life insurance public relations campaign in increasing millennial society awareness

Nathania Dameria Margriet, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504013&lokasi=lokal>

Abstrak

Makalah ini membahas mengenai kampanye public relations yang diselenggarakan oleh PT BNI Life Insurance (BNI Life) sejak tahun 2018. Hal yang melatarbelakangi pelaksanaan kampanye ini adalah masih rendahnya awareness masyarakat Indonesia, terutama masyarakat millennial, terhadap pengelolaan keuangan dan penggunaan asuransi sebagai proteksi dan investasi jangka panjang. Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk menggambarkan penyelenggaraan kampanye public relations yang dilakukan oleh BNI Life, serta mendeskripsikan strategi perancangan pesan dan teknik kampanye yang digunakan BNI Life. Hasil penulisan makalah ini adalah BNI Life menggunakan beberapa strategi perancangan pesan, yaitu strategy of publicity, berupa publikasi melalui berbagai media dan kerjasama dengan awak media; strategy of persuasion, dengan mengadakan berbagai activation event; dan strategy of image, dengan melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility. Selain itu, BNI Life juga menerapkan beberapa teknik kampanye, yaitu teknik partisipasi, melalui kerjasama yang dilakukan dengan pihak eksternal untuk memancing munculnya perhatian yang sama; teknik integratif, dengan penggunaan kata pada setiap publikasi yang menunjukkan adanya kesatuan diri antara komunikator dengan komunikan; serta teknik ganjaran, melalui publikasi yang disertai dengan keterangan manfaat.

<hr />This paper discusses the public relations campaign held by PT BNI Life Insurance (BNI Life) since 2018. The background to the implementation of this campaign is the low awareness of the Indonesian people, especially the millennial society, towards financial management and the use of insurance as a protection and long-term investment. The purpose of writing this paper is to describe the implementation of the public relations campaign conducted by BNI Life and describe the message design strategies and campaign techniques used by BNI Life. The results of this paper are that BNI Life uses message design strategies, namely the strategy of publicity, in the form of publications through various media and collaboration with media crews; strategy of persuasion, by holding various activation events; and strategy of image, by carrying out Corporate Social Responsibility activities. In addition, BNI Life also applies several campaign techniques, namely participating technique, through collaboration with external parties to provoke the same attention; integrative technique, with the use of words in every publication that shows the existence of unity between the source and the receiver; and reward technique, through publications accompanied by description of the benefits.