

Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Brand Awareness "Lokaraya" Periode september-November 2022 = Integrated Marketing Communication Program Planning to Increase Lokaraya's Brand Awareness Period September-November 2022

Naibaho, Monica Selestina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518630&lokasi=lokal>

Abstrak

Pendidikan menjadi salah satu sektor yang paling berdampak akibat pandemi Covid-19. Hal ini mengakibatkan adanya pengalihan pembelajaran offline menjadi online atau yang kerap disebut PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh). Guru sebagai aktor utama pendidikan dituntut untuk mampu mengemas pembelajaran melalui pemanfaatan teknologi agar sedemikian rupa bisa diakses dan diterima secara optimal oleh peserta didik (Satariyah, 2020). Maka dari itu, penggunaan teknologi yang digunakan oleh guru menjadi salah satu indikator syarat kesuksesan strategi pembelajaran di Indonesia (Silaen, 2021). Kebutuhan akan banyaknya kompetensi pedagogik dan teknologi mendorong munculnya berbagai platform pendidikan guru. Pelatihan guru bersertifikat atau program diklat telah menjadi suatu trend yang cukup digemari oleh guru-guru di Indonesia. "Lokaraya" menjadi salah satu platform pelatihan bersertifikat yang memiliki misi untuk meningkatkan mutu pendidikan guru sepanjang hayat. Sayangnya, "Lokaraya" masih tergolong baru di industri ini sehingga belum mampu menjangkau khalayak seluas para pesaingnya. Padahal, terdapat kecocokan antara produk layanan Lokaraya dan kebutuhan para guru, yakni adanya interaktivitas yang tinggi antara pemateri dan guru sebagai partisipan dalam pelaksanaan sebuah pelatihan bersertifikat. Tugas Karya Akhir ini dirancang untuk menjangkau khalayak guru yang lebih luas guna menyampaikan interaktivitas sebagai selling point utama Lokaraya melalui program komunikasi pemasaran terpadu bertajuk "Lokaraya: Teman Belajar Setia Anda" yang disusun berdasarkan kerangka kerja AISAS (Attention - Interest - Search - Action - Share). Terdapat empat elemen dalam IMC yang akan dilakukan dalam serangkaian program meliputi interactive/internet marketing, direct marketing, sales promotion, serta event and experience. Keempat elemen IMC tersebut diterapkan melalui empat kegiatan mencakup Konten Kreatif Lokaraya, Cerita Sahabat Loka, Festival Guru Nasional Lokaraya, dan Promo Hari Guru. Program ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness Lokaraya dengan target khalayak berfokus pada guru berusia 25 hingga 44 tahun yang memiliki keinginan tinggi untuk meningkatkan keterampilan serta kompetensi dalam mengajar, melakukan pengembangan karier, dan mengikuti gaya pembelajaran baru dari waktu ke waktu. Program ini akan dilaksanakan selama tiga bulan dari September hingga November 2022 dengan anggaran sebesar Rp15.237.000,- yang pada akhir program akan dilakukan evaluasi input, output, dan outcome untuk mengukur keberhasilan program pada setiap kegiatan secara keseluruhan.

..... Education is one of many sectors that were affected the most by the COVID-19 pandemic. This resulted in the transition of offline learning to online learning. As the main actors in education, teachers are required to be able to organize the learning system by using technology so that learning can be accessed and accepted optimally by students (Satariyah, 2020). Therefore, the use of technology used by teachers has become an indicator of the success of learning strategies in Indonesia (Silaen, 2021). The need for many pedagogical and technological competencies encourages the emergence of various teacher education platforms. Certified

teacher training or training programs have become a trend that is quite popular with teachers in Indonesia. “Lokaraya” is one of the certified training platforms whose mission is to improve the quality of lifelong teacher education. Unfortunately, “Lokaraya” is still relatively new in this industry so it has not been able to reach an audience as wide as its competitors. In fact, there is a match between Lokaraya's service products and the needs of the teachers, especially the high interactivity between the speakers (mentor) and teachers as participants in the implementation of certified training. This Final Project is designed to reach a wider audience of teachers to convey interactivity as the main selling point of Lokaraya through an integrated marketing communication (IMC) program titled “Lokaraya: Your Loyal Learning Companion” which was arranged based on the AISAS (Attention - Interest - Search - Action - Share) framework. There are four IMC tools that will be implemented in a series of programs including interactive/internet marketing, direct marketing, sales promotion, as well as events and experiences. The four IMC tools will be implemented through four activities, including Lokaraya's Creative Content, Sahabat Lokaraya’s Story, Lokaraya’s National Teacher Festival, and Teacher's Day Promo. This program aims to increase Lokaraya's brand awareness with target audiences that focus on teachers aged 25 to 44 years who have a high desire to improve their skills and competencies in teaching, carry out career development, and follow new learning styles from time to time. This program will be implemented for three months from September to November 2022 with a budget of Rp.15,237,000.- At the end of the program, input, output, and outcome evaluations will be carried out to measure the program's success in each activity as a whole campaign.