

## Perencanaan program Marketing Public Relations untuk meningkatkan Brand Awareness Bayi Poka = Marketing Public Relations program planning to increase Bayi Poka's Brand Awareness

Alfi Nabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524551&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Permasalahan sampah di Indonesia kian meningkat setiap tahunnya. Penelitian The World Bank tahun 2019 mengungkapkan bahwa popok sekali pakai menempati urutan kedua sebagai penyumbang sampah terbesar di saluran air Indonesia. Sebagai solusi dari permasalahan popok sekali pakai, Bayi Poka hadir sebagai brand yang menawarkan produk cloth diaper (clodi) yang dapat dicuci kembali dengan daya tahan produk sampai 2 tahun sehingga ramah bagi lingkungan. Selain dibuat dari bahan yang telah tersertifikasi secara internasional sehingga aman dan nyaman bagi bayi, Bayi Poka juga berkomitmen dalam mengampanyekan pentingnya clodi dalam penyelamatan lingkungan. Sayangnya, pengetahuan masyarakat terhadap Bayi Poka masih rendah karena Bayi Poka belum bisa mengomunikasikan keunggulan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Bayi Poka juga belum dilakukan secara komprehensif dan terencana sehingga perlu adanya strategi komunikasi yang dibentuk agar bisa dievaluasi demi pengembangan pemasaran produknya. Maka dari itu, dibuatlah program “Clodi: From Mom for Us” yang terbagi menjadi beberapa kegiatan, yaitu Aktivasi Media Sosial, QnA Session with Influencer, Momfluencer, dan Publikasi Media. Program ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness pada tingkat brand recognition yang awalnya sebesar 23,4% menjadi 40% pada Ibu yang memiliki anak bayi hingga balita pengguna popok yang tinggal di Jabodetabek, Yogyakarta, dan Malang. Program ini dilaksanakan pada Agustus - Desember 2022 dengan anggaran Rp 10.948.000.

.....The problem of waste in Indonesia is increasing every year. The World Bank's 2019 research revealed that disposable diapers were the second largest contributor to waste in Indonesia's waterways. As a solution to the problem of disposable diapers, Bayi Poka came as a brand that offers cloth diapers (clodi) products that can be rewashed with product durability of up to 2 years so they are environmentally friendly. Besides being made from materials that have been internationally certified so that they are safe and comfortable for babies, Bayi Poka is also committed to campaigning for the importance of clodi in saving the environment. Unfortunately, public knowledge of Bayi Poka is still low because Bayi Poka has not been able to communicate the benefits of its product properly. The marketing activities carried out by Bayi Poka have also not been carried out in a comprehensive and planned manner so a communication strategy is needed to be formed so it can be evaluated for the development of product marketing. Therefore, the “Clodi: From Mom for Us” program was created which is divided into several activities, namely Social Media Activation, QnA Session with Influencers, Momfluencers, and Media Publications. This program aims to increase brand awareness at the brand recognition level from 23.4% to 40% for mothers who have babies to toddlers using diapers who live in Jabodetabek, Yogyakarta, and Malang. This program will be implemented in August - December 2022 with a budget of IDR 10,948,000.