

Analisis Strategi Kampanye Public Relations Mondelez Dalam Upaya Meningkatkan Corporate Image (Studi Pada Pelaksanaan Kampanye #NgemilBijak Tahun 2019 - 2023) = Analysis of Mondelez's Public Relations Campaign Strategy In An Effort to Improve Corporate Image (Study on The Implementation of the #NgemilBijak Campaign In 2019 - 2023)

Bunga Stella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544068&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti strategi kampanye Public Relations #NgemilBijak dalam upaya meningkatkan citra Mondelez. Dalam melihat fokus tersebut, analisis ini akan menggunakan strategi PR yang dikemukakan oleh Harwood Childs (2014) dan strategi PENCILS yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris & Whalen (2006). Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi literatur dan analisis konten kampanye #NgemilBijak dari tahun 2019-2023 di platform media online dan media sosial. Berdasarkan temuan dari hasil studi ini didapatkan bahwa strategi kampanye yang digunakan oleh Mondelez adalah publicity, event, news, community involvement, dan inform or image. Selain itu, kegiatan kampanye #NgemilBijak meningkatkan citra yang positif bagi Mondelez. Meski demikian, pelaksanaan kampanye #NgemilBijak masih terdapat kekurangan karena dalam penggunaan media kampanye, Mondelez Indonesia tidak menggunakan akun media sosial milik Mondelez Indonesia sendiri, melainkan menggunakan akun media sosial dari komunitas atau media lainnya untuk mempublikasikan kegiatan kampanye #NgemilBijak.This research aims to examine the #NgemilBijak Public Relations campaign strategy in an effort to improve Mondelez's image. In looking at this focus, this analysis will use the PR strategy proposed by Harwood Childs (2014) and the PENCILS strategy proposed by Thomas L. Harris & Whalen (2006). The research method used in this study is a literature study and content analysis of the #NgemilBijak campaign from 2019-2023 on online media platforms and social media. Based on the findings of this study, it is found that the campaign strategies used by Mondelez are publicity, events, news, community involvement, and inform or image. In addition, the #NgemilBijak campaign activities increased a positive image for Mondelez. However, the implementation of the #NgemilBijak campaign still has shortcomings because in using campaign media, Mondelez Indonesia does not use Mondelez Indonesia's own social media accounts, but uses social media accounts from communities or other media to publicize #NgemilBijak campaign activities.