

Laporan monitoring evaluasi program sosialisasi elektronifikasi jalan tol (Analisis isi berita yang dihasilkan dari berita pers PT Jasa Marga (Persero) Tbk) Periode Juli - November 2017= Monitoring evaluation report of toll road electronification socialization program (News content analysis of press release PT Jasa Marga (Persero) Tbk) Period July - November 2017

Nadira Fabrizia Nugrahani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479206&lokasi=lokal>

Abstrak

Analisis Situasi Jasa Marga, sebagai operator jalan tol terbesar se-Indonesia dan sebagai bagian dari Kementerian PUPR turut andil dalam program sosialisasi elektronifikasi jalan tol. Penerapan elektronifikasi di jalan tol penetrasinya masih sekitar 24 hingga tahun 2017. Tujuan operasional yang ingin dicapai oleh Jasa Marga berupa mengubah kebiasaan pengguna jalan tol untuk beralih ke transaksi non tunai. Dalam melakukan program sosialisasi, tim Media Relations Corporate Communication Jasa Marga telah membuat berbagai macam aktivitas media relations, namun selama ini belum adanya riset kehumasan untuk mengevaluasi program tersebut.

Tujuan

Melihat output kegiatan penyebaran berita di media online yang dihasilkan dari press release yang diterbitkan oleh Jasa Marga dan melihat kesesuaian penerimaan pesan antara press release dan berita yang dituliskan oleh media.

Strategi

Media Content

Analysis

Khalayak SasaranSeluruh pengguna jalan tol

Pesan Kunci

Transaksi dengan uang elektronik lebih cepat, mudah, dan praktis.

Jadwal Program

Maret - Mei 2018

Program: Laporan Monitoring Evaluasi

Total Anggaran: Rp.8.925.000

Rekomendasi

Membuat program evaluasi sejenis untuk program komunikasi lainnya secara berkala dan dilakukan hingga ke tahap outcome.

<hr>

Situation Analysis Jasa Marga, as the biggest toll road operator in Indonesia and as a part of Ministry of Public Works and Public Housing, joining in contribution of Toll Road Electronification Socialization Program. The penetration of implementation of electronification in toll road still around 24 until 2017. The operational objectives to be achieved by Jasa Marga are to change the habits of toll road users to switch to cashless payment. In conducting the socialization program, Media Relations Team of Corporate Communication Department of Jasa Marga has made various media relations activities, but there has been no PR research to evaluate the program.

Objectives

Seeing the output of news spread activities in online media resulting from press releases issued by Jasa Marga and seeing the suitability of receiving messages between press releases and news generated by the media.

Strategy

Media Content Analysis Target Audience All toll road users

Key Messages

Transactions with electronic money are faster, easier and more practical.

Schedule

March - May 2018

Program: Monitoring Evaluation Report

Budget: Rp.8.925.000

Recommendation

Establish a similar evaluation program for other communication programs on a regular basis and is carried out to the outcome stage.