

Perencanaan Program Marketing Public Relations untuk Meningkatkan Brand Awareness Madremia = Marketing Public Relations Program Planning to Increase Madremia's Brand Awareness

Yunita Chandradewi Puspaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516168&lokasi=lokal>

Abstrak

Tayangan media massa seringkali menunjukkan standar kecantikan dengan kulit putih, tubuh tinggi dan langsing, serta rambut panjang, lurus, dan hitam. Hal tersebut pun ditunjukkan melalui produk-produk perawatan tubuh dan rambut yang beredar di pasaran luas, yang mayoritas hanya memenuhi kebutuhan khalayak yang 'sesuai' dengan standar kecantikan. Padahal, terdapat khalayak yang kebutuhannya belum terpenuhi dengan produk-produk tersebut. Produk-produk yang beredar di pasaran luas pun seringkali menghasilkan tingkat limbah yang tinggi, yang disebabkan oleh pemilihan bahan baku hingga kemasan yang tidak ramah lingkungan.

Madremia sebagai brand perawatan rambut dan tubuh yang ramah terhadap keragaman jenis rambut dan lingkungan, hadir di tengah-tengah kondisi tersebut. Akan tetapi, kesadaran khalayak akan keberadaan Madremia sebagai brand perawatan rambut dan tubuh yang peduli pada keberagaman jenis rambut dan lingkungan masih rendah. Madremia pun belum memiliki rancangan kegiatan pemasaran yang komprehensif dan terencana yang dapat dievaluasi. Maka dari itu, dibutuhkan suatu rancangan program komunikasi yang dapat meningkatkan brand awareness Madremia.

Rancangan program komunikasi ini bertajuk "Embrace Your Well Being and Nature with Madremia", yang akan dilaksanakan selama 5 bulan dengan total anggaran sebesar Rp.3.810.000. Khalayak program ini akan menargetkan khalayak yang berdomisili di Jabodetabek dan kota-kota besar di pulau Jawa, berusia 18-30 tahun dengan SES A-B, familiar dengan teknologi digital, aktif menggunakan media sosial, memiliki ketertarikan dengan isu beauty inclusivity dan lingkungan, serta sering melakukan riset sederhana sebelum membeli suatu barang. Program ini akan dieksekusi melalui beberapa kegiatan, yaitu aktivasi media sosial, brand ambassador, partnership dengan komunitas, serta media relations.

.....Mass media often show the standard of beauty with white skin, tall and slender bodies, and long, straight, and black hair. This is also shown through the body and hair care products circulating in the wide market, the majority of which only meet the needs of audiences that are 'fit' to the beauty standards. In fact, there are audiences whose needs have not been met with these products. Products circulating in the wide market often produce high levels of waste, which is caused by the selection of raw materials to packaging that is not environmentally friendly.

Madremia as a hair and body care brand that is friendly to various types of hair and the environment exists in the midst of these conditions. However, public awareness of the existence of Madremia as a hair and body care brand that cares about the diversity of hair types and the environment is still low. Madremia does not yet have a comprehensive and planned marketing activity plan that can be evaluated. Therefore, a communication program is needed that can increase Madremia's brand awareness.

This communication program is entitled "Embrace Your Well Being and Nature with Madremia", which will be implemented for 5 months with a total budget of Rp3,810,000. The audience for this program will target audiences who live in Greater Jakarta and its surroundings (Jabodetabek area) and big cities on the island of Java, aged 18-30 years with SES A-B, are familiar with digital technology, actively use social media, have an interest in beauty inclusivity and environmental issues, and often do simple research before buying an item. This program will be executed through several activities, namely social media activation, brand ambassadors, partnerships with the community, and media relations.