

Perencanaan program corporate communication dalam meningkatkan brand awareness ASTRA Infra Port - Eastkal = Corporate communication program planning to increase brand awareness of ASTRA Infra Port - Eastkal

Firda Ulya Syahadat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516202&lokasi=lokal>

Abstrak

ASTRA Infra Port Eastkal adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada industri penyedia layanan shorebase dan Pusat Logistik Pelabuhan (PLB) untuk industri minyak & gas, pertambangan & alat berat, dan industri besar lainnya di tiga titik lokasi, yaitu Penajam, Balikpapan, dan Jakarta.

Analisis Situasi:
1. ASTRA Infra Port Eastkal telah memiliki media Website, Instagram, Youtube, dan LinkedIn untuk membantu mereka menyebarkan informasi perusahaan kepada khalayaknya.
2. ASTRA Infra Port Eastkal memiliki dua kompetitor besar pada usaha shorebase di Teluk Balikpapan dan memiliki kurang lebih 25 kompetitor pada usaha PLB di sekitar Marunda, Jakarta.
3. ASTRA Infra Port Eastkal telah memiliki surat izin Badan Usaha Pelabuhan (BUP) yang memungkinkan perusahaan menyediakan layanan pelabuhan kepada publik termasuk curah, peti kemas, dan penumpang.
4. ASTRA Infra Port Eastkal masih perlu meningkatkan brand awareness mereka sebagai sebuah perusahaan penyedia layanan shorebase dan logistik pelabuhan yang memiliki sistem operasional dan safety excellence.

Tujuan: Meningkatkan brand awareness ASTRA Infra Port Eastkal yang memiliki sistem operasional dan safety excellence dengan memanfaatkan strategi corporate communication.

Strategi: Menerapkan kegiatan corporate communication yang memiliki fungsi marketing dalam penyampaian pesan untuk meningkatkan brand awareness perusahaan. Program ini menggunakan strategi pesan #ICanDoExcellence, serta memanfaatkan saluran media sosial dan media massa untuk publikasinya.

Pesan Kunci: ASTRA Infra Port Eastkal merupakan perusahaan yang menawarkan jasa layanan shorebase dan logistik pelabuhan dengan sistem operasional dan safety yang excellence.

Khalayak Sasaran: Perusahaan nasional/multinasional yang bergerak pada industri migas, pertambangan & alat berat, kelapa sawit, dan industri lainnya.

Periode: Januari - Mei 2023

Anggaran: Rp 56.745.000,- (lima puluh enam juta tujuh ratus empat puluh lima ribu rupiah) untuk 5 bulan kegiatan kampanye.

Evaluasi:
1. Input: Dilakukan secara teratur setiap bulannya untuk memastikan jalannya kegiatan sesuai dengan rancangan lini masa.
2. Output: Tercapainya objective kegiatan dengan melakukan analisis siber dan analisis media sosial. Evaluasi dilakukan setiap bulan sesuai dengan rancangan periode masing-masing kegiatan.
3. Outcome: Menyebarkan survei umpan balik kepada khalayak sasaran dan melakukan analisis siber.

.....

Company Profile: ASTRA Infra Port Eastkal is a company that provides shorebase and Bonded Logistic Center (BLC) services for oil & gas, mining & heavy equipment, and other industries located in three locations, Penajam, Balikpapan, and Jakarta.

Situatun Analysis:
1. ASTRA Infra Port Eastkal already has its own media, such as Website,

Instagram, Youtube, and LinkedIn to communicate with their stakeholders.
2. ASTRA Infra Port Eastkal has two major competitors in shorebase industry located in Teluk Balikpapan and also approximately has 25 competitors in BLC industry located around Marunda, Jakarta.
3. ASTRA Infra Port Eastkal holds Badan Usaha Pelabuhan (BUP) license which allows the company to provide port services including bulk, container, and passenger to the public.
4. ASTRA Infra Port Eastkal still needs to increase brand awareness as a shorebase and port logistics service provider that has operational and safety excellence. Objective: Increasing brand awareness of ASTRA Infra Port Eastkal that has an operational system and safety excellence utilizing corporate communication strategy.

Strategy: Implementing corporate communication theory that have a marketing function to increase brand awareness of ASTRA Infra Port Eastkal. This program uses #ICanDoExcellence tagline and uses social media & mass media for publication.

Key Message: ASTRA Infra Port Eastkal is a company that provides shorebase and port logistic services with excellent operational and safety systems.

Target Audience: National/multinational companies in the field of oil & gas, mining & heavy equipment, and other industries.

Timeline: January - May 2023.

Budget: IDR 56.475.000,- (fifty six million, four hundred and seventy five thousand rupiah) for 5 months of campaign activities.

Evaluation:
1. Input: Done regularly by enduring every activity is in accordance with the schedule.
2. Output: Achieve objectives of each activity that will be measured with cyber analysis and social media analysis. Evaluation done regularly in every month according to each activity.
3. Outcome: Conducted survey and cyber analysis to evaluate overall activity implementation to audience.