

Perencanaan Strategi Program Corporate Communications dalam Membangun Brand Awareness bagi PT. Golden Siantar Makmur = Corporate Communications Program Strategy Planning in Building Brand Awareness for PT. Golden Siantar Makmur

Sidauruk, Theodora Olivia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537291&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Golden Siantar Makmur, produsen plastik yang melayani berbagai sektor seperti kosmetik, farmasi, makanan dan minuman, serta pelumas, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas merek dan menavigasi lanskap kompetitif melalui penerapan strategi komunikasi perusahaan. Dengan saluran media sosial resmi, termasuk situs web, Instagram, LinkedIn, dan YouTube, PT. Golden Siantar Makmur berupaya memperluas jangkauan pasarnya dan membangun kehadiran online yang kuat. Dalam konteks proyeksi Asosiasi Industri Plastik Indonesia untuk pertumbuhan tahunan sebesar enam persen yang berkelanjutan hingga tahun 2030, yang mengindikasikan lingkungan yang sangat kompetitif, PT. Golden Siantar Makmur menyadari perlunya membangun kesadaran merek dengan mengkomunikasikan produk dan layanannya secara akurat. Kampanye yang berjudul "Smart Produce Golden Packaging," menjadi tema utama yang menekankan pada konvergensi antara teknologi canggih dan produk berkualitas tinggi. Dengan memanfaatkan saluran media sosial dan media massa, kampanye ini menargetkan para pengambil keputusan di perusahaan-perusahaan nasional dan multinasional yang bergerak di bidang kosmetik, farmasi, makanan dan minuman, pelumas, serta sektor-sektor lainnya. Kampanye ini dijadwalkan berlangsung dari bulan Agustus hingga Desember 2023, dengan anggaran sebesar Rp 36.242.430. Proses evaluasi meliputi memastikan implementasi yang tepat waktu, melakukan analisis siber yang komprehensif, dan menilai dampak dari kegiatan kampanye dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

.....PT. Golden Siantar Makmur, a plastic manufacturer serving various sectors such as cosmetics, pharmaceuticals, food and beverages, and lubricants, aims to bolster its brand visibility and navigate a competitive landscape through the implementation of a corporate communication strategy. With official social media channels, including a website, Instagram, LinkedIn, and YouTube, PT. Golden Siantar Makmur seeks to expand its market reach and establish a robust online presence. In the context of the Indonesian Plastic Industry Association's projection of a sustainable six percent annual growth through 2030, indicating a highly competitive environment, PT. Golden Siantar Makmur recognizes the need to build brand awareness by accurately communicating its products and services. The campaign, titled "Smart Produce Golden Packaging," serves as the overarching theme, emphasizing the convergence of advanced technology and high-quality products. Leveraging social and mass media channels, the campaign targets decision-makers in national and multinational companies operating in cosmetics, pharmaceuticals, food and beverages, lubricants, and other sectors. The campaign is scheduled to run from August to December 2023, with a budget of Rp 36,242,430. The evaluation process encompasses ensuring timely implementation, conducting comprehensive cyber analysis, and assessing the impact of the campaign activities on achieving the set goals.