

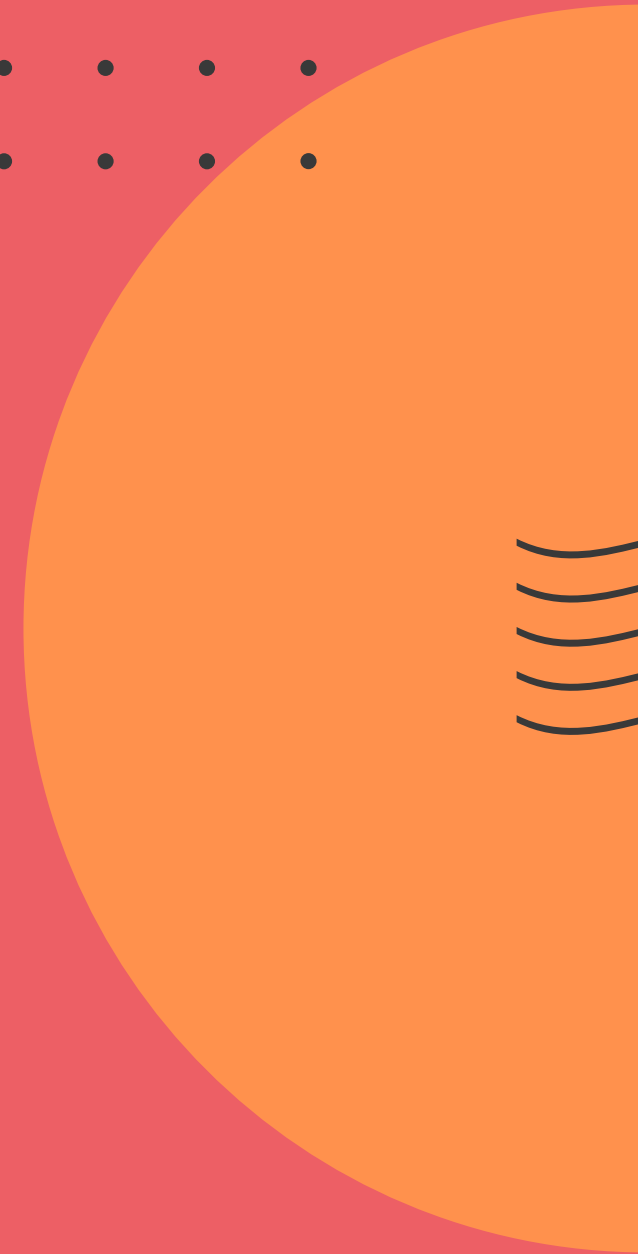


PROLOGUE PR CAMPAIGN

Syifa Astasia Utari

Definisi

"Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana, dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu" (Rogers dan Storey)





Ciri Kampanye

Tindakan dibuat untuk menciptakan efek

Triple A3

Awareness (sadar),

Attitude:(simpati, peduli)

Action: dampaknya variatif ada yg sekali jadi
(ikut vaksin, donor darah, ada yg
berkelanjutan (pola hidup sehat bersih, pakai
helm, ice bucket challenge untuk ALS)

Kurun Waktu Tertentu

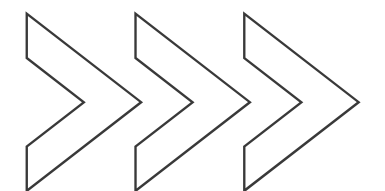
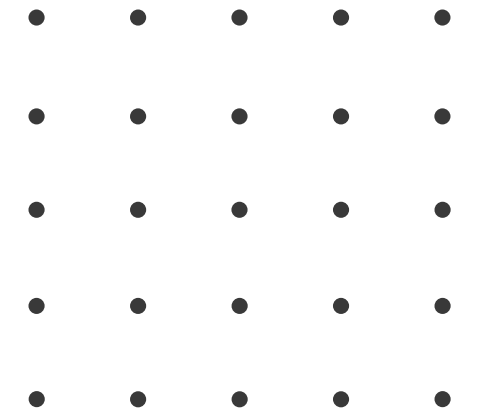
Jumlah Khalayak sasaran besar namus spesifik

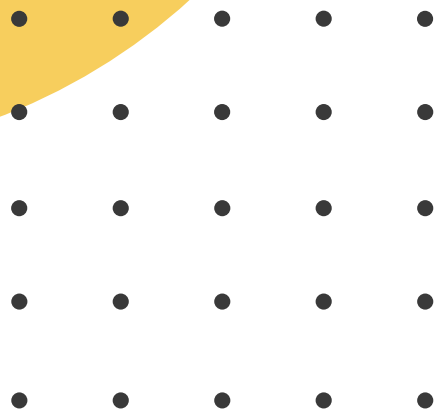
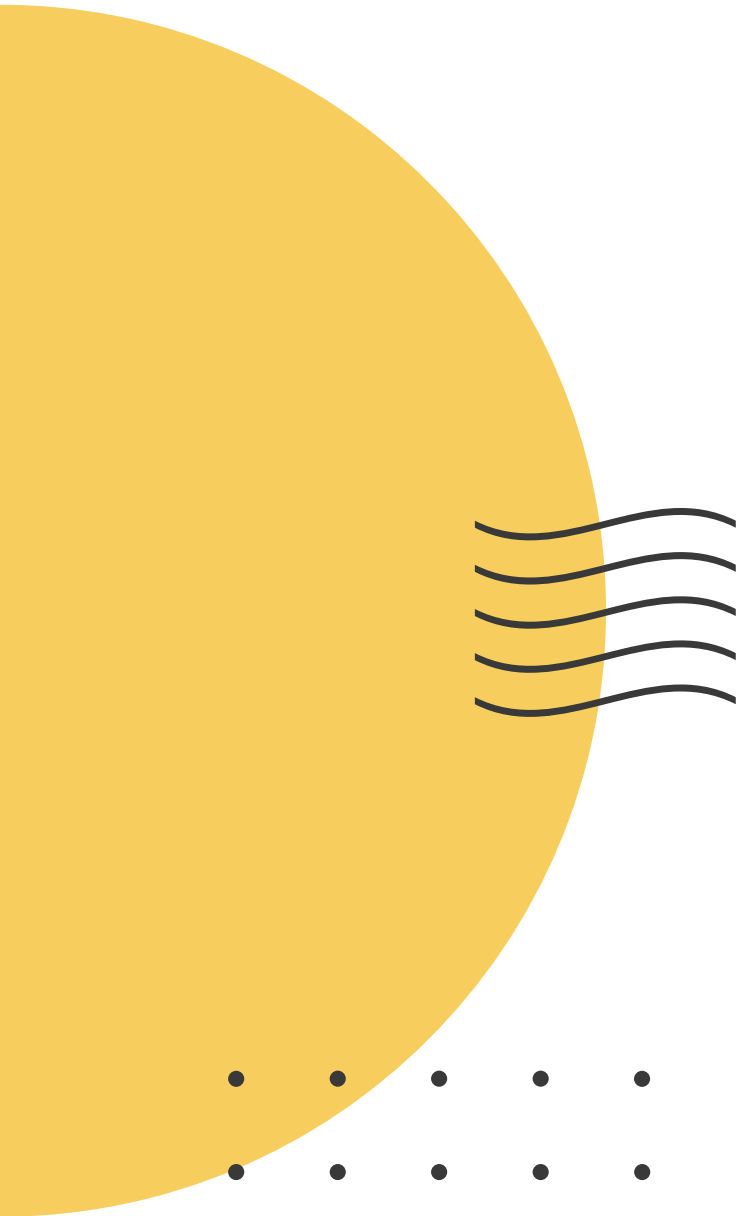
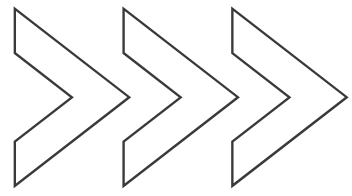
Komunikasi dilakukan secara terorganisasi

"Kampanye yang sukses selalu beranjak dari riset dan perencanaan yang detail"

Hal utama yang harus diperhatikan:

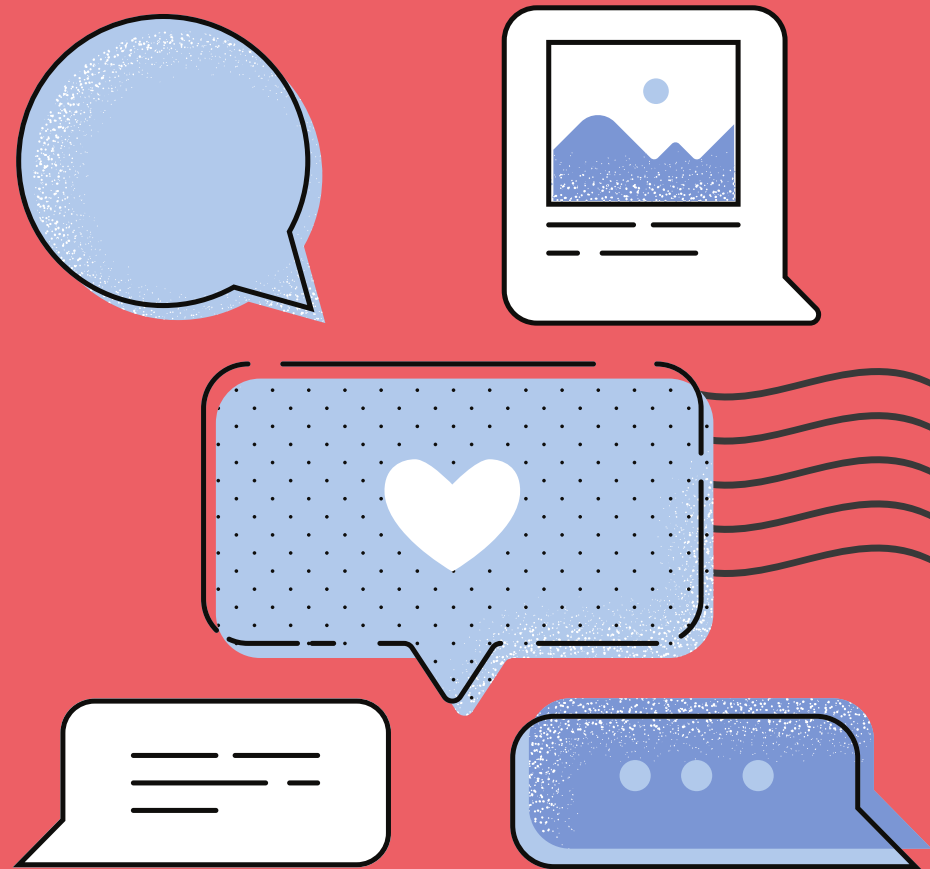
Tujuan (*Goals*)
Pesan (*Messages*)
Khalayak (*Audience*)







Pesan



**Ada irisan kepentingan dengan khalayak
(cenderung tertarik pada pesan yg sesuai kebutuhan)**

**Ringkas, Jelas, Memorable, Reasonable dan
Readable**

Etis dan kongkrit sesuai permasalahan

Repetisi, Konsistensi, Segmentasi

Persuasif

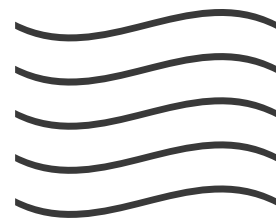


Pilih Komunikator yang kredibel

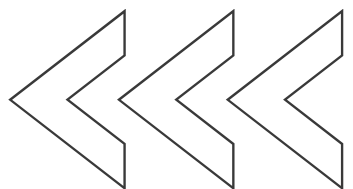
Keterpercayaan

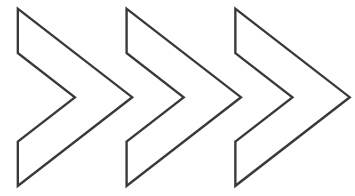
Keahlian

Daya Tarik

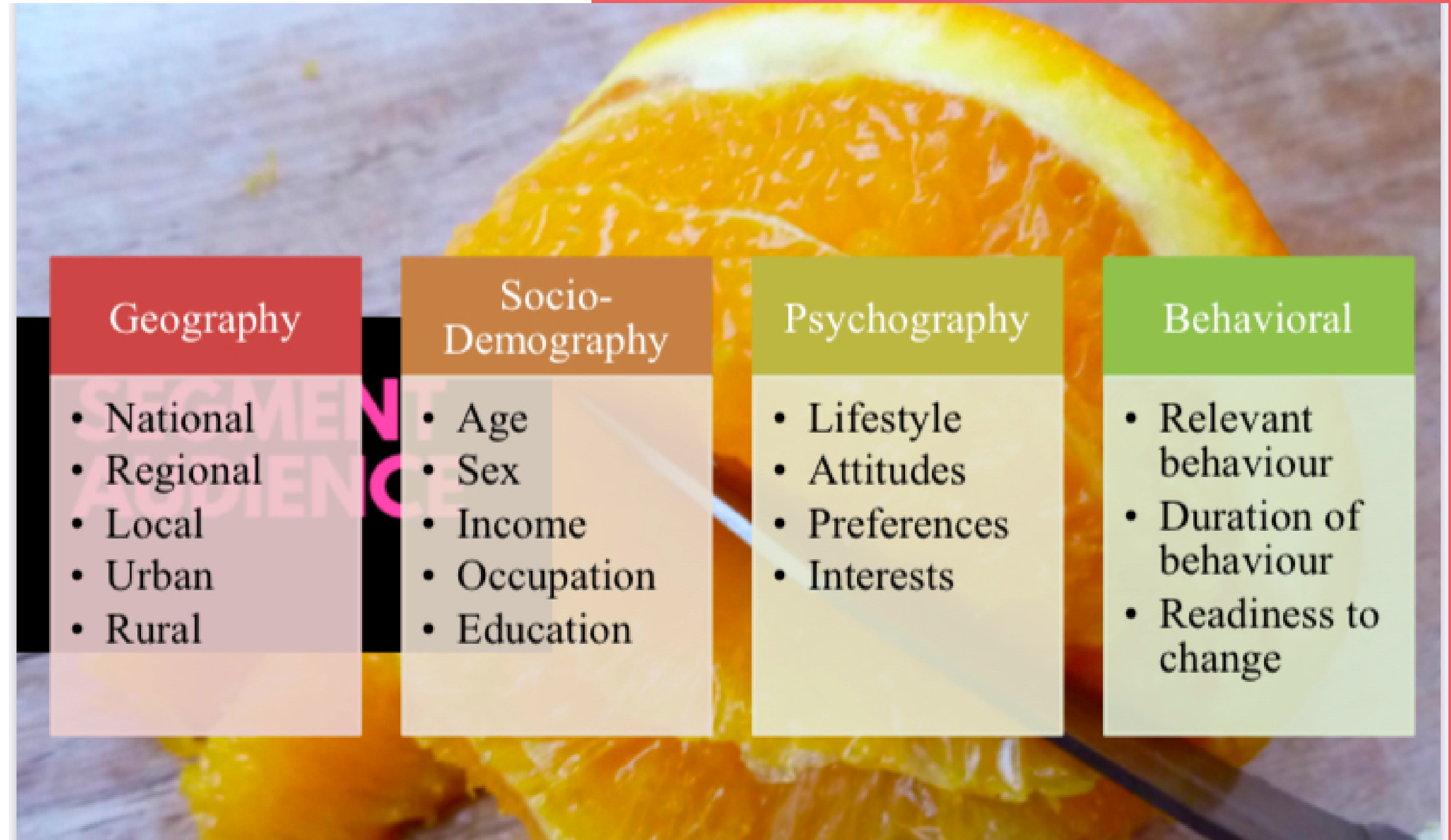


Case : dr. Reisa Vs
Hadi Pranoto





Khalayak



JENIS KAMPANYE



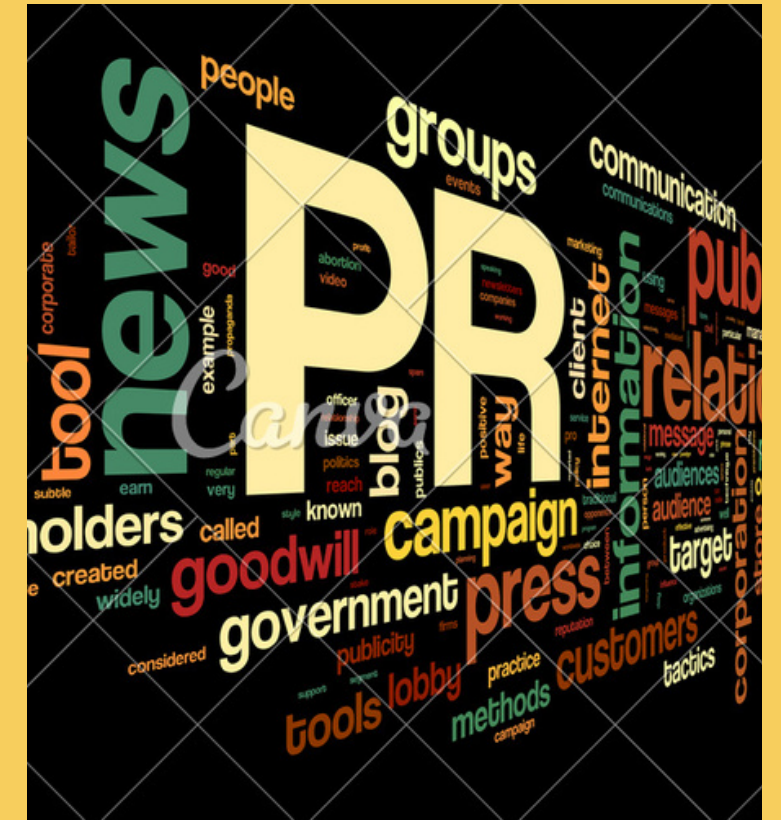
Product Oriented



Candidate Oriented



ideological Oriented

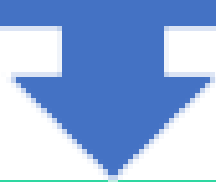


PR Oriented (?)

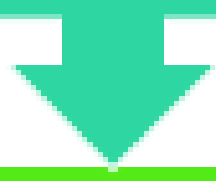
NEWS MEDIA TECH GADGETS



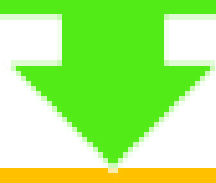
1. Analisis Situasi
(Apa kondisi yang terjadi saat ini?)



2. Perencanaan dan Program
(Apa yang harus kita lakukan, katakan kepada siapa, dan mengapa?)



3. Tindakan dan Komunikasi
(Bagaimana serta kapan melakukannya dan mengatakannya?)



4. Evaluasi Program
(bagaimana pengaruh pelaksanaan program?)

**FACT
FINDING**

P R O P O S A L



Table of Contents

- 4. About the Agency
- 5. Executive Summary
- 6. Situation Analysis
- 7. Competitor Analysis
- 8. SWOT Analysis
- 10. Secondary Research
- 12. Objectives
- 13. Target Audience
- 16. Strategies
- 17. Tactics
- 26. Evaluation
- 27. Timetable
- 28. Budget
- 32. Agency Biographies
- 36. Appendix Table of Contents
- 37. Appendix

*Thank
you!*