

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202357589, 21 Juli 2023

Pencipta

Nama : **Nigar Pandrianto**
Alamat : Jl. Olahraga VI No.8, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11480
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Nigar Pandrianto**
Alamat : Jl. Olahraga VI No.8, Jakarta Barat, DKI JAKARTA 11480
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Poster**
Judul Ciptaan : **STRATEGI KOMunikasi PRODUK LOKAL Sebagai Ikon DAERAH**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 21 Juli 2023, di Jakarta
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan : 000490524

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK LOKAL SEBAGAI IKON DAERAH

Produk lokal tidak semata hasil produksi yang bernilai jual. Ia harus memiliki strategi komunikasi agar lebih dikenal dan menjadi ikon daerah.

Berikut adalah strategi komunikasi yang dapat dilakukan:

1 GO ONLINE

Bekitar 81% calon pembeli akan melakukan riset secara online sebelum melakukan pembelian. Mereka akan mencari tahu tentang harga, deskripsi, gambar produk, ulasan pembeli, kualitas customer service, dan lain sebagainya.



2 KEKHASAN PRODUK, PESAN UTAMA

Produk memiliki perbedaan dengan produk-produk sejenis. Keunggulan harus relevan dengan kekhasan dari sebuah daerah.



3 MEDIA SOSIAL

Untuk berkomunikasi gunakanlah media nasional agar informasi meluas. Gunakan media sosial untuk membantu penyebaran informasi lebih cepat.



4 BAURAN KOMUNIKASI

Jangan segan untuk menggunakan bauran komunikasi agar proses komunikasi menjadi terintegrasi dan pesan dapat dipahami khalayak yang lebih luas.

Produk lokal menjadi ikon daerah memang tidak dapat dilakukan dalam semalam. Selain strategi, konsistensi juga penting agar pesan lebih *clear* terdengar.