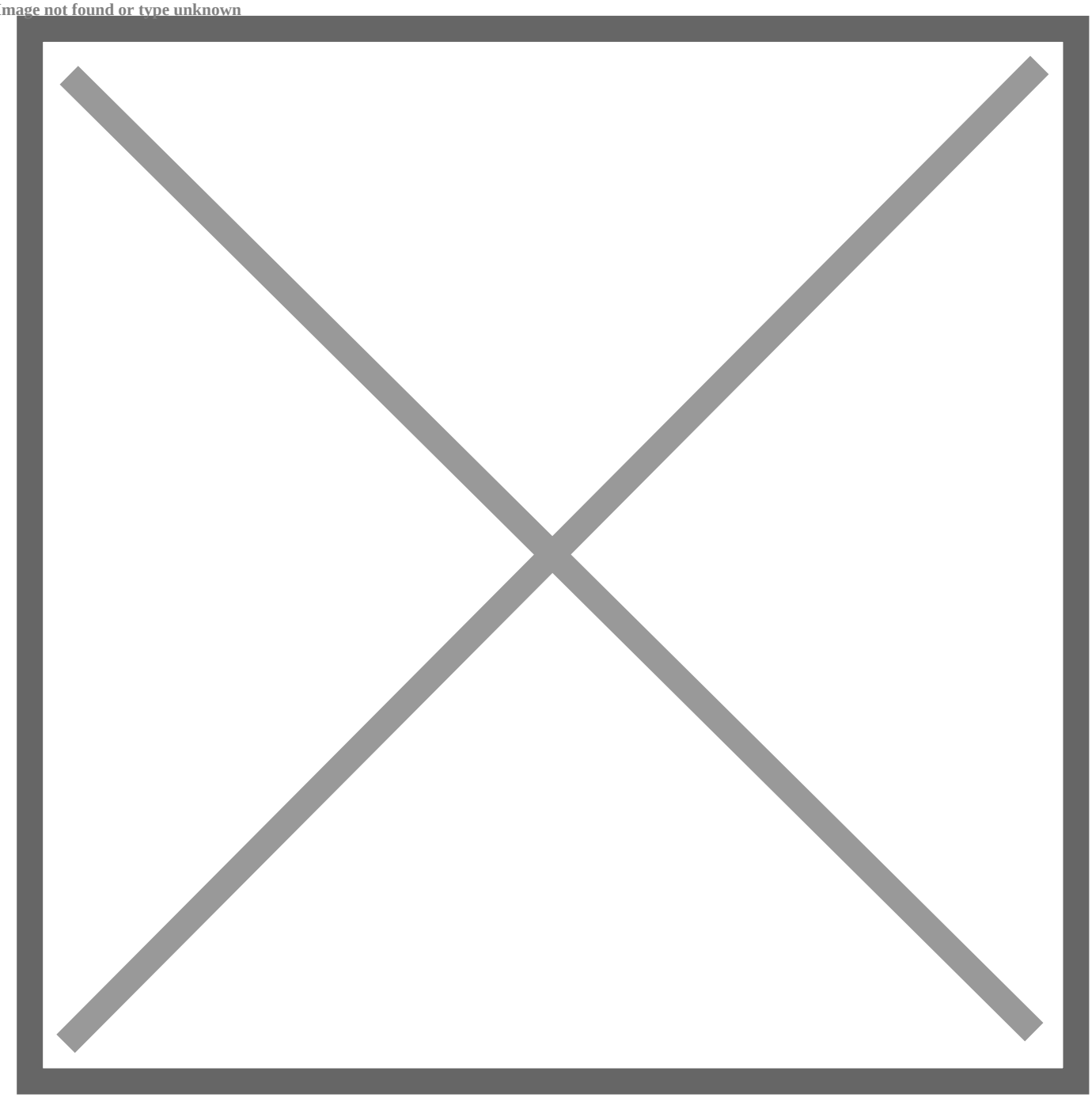
FIFGROUP - Siaran Pers

FIFGROUP Raih Corporate Branding PR Award 2021 In : Pembiayaan > 15T

Image not found or type unknown



Jakarta: Public Relations (PR) adalah garda terdepan yang menjaga dan mengawal citra serta reputasi positif sebuah organisasi di perusahaan. Masa pandemi Covid-19 dan masa vaksinasi yang kini tengah kita jalanin tentunya memberi dinamika tantangan bagi peran PR untuk dapat terus agile dan mampu beradaptasi dengan kebiasaan baru.

PT Federal International Finance (FIFGROUP) yang merupakan anak perusahaan PT Astra International Tbk dan bergerak di bidang pembiayaan, memiliki departemen komunikasi yang berupaya untuk terus tumbuh

berkembang melewati segala tantangan serta keterbatasan di bidang PR dan komunikasi.

2nd Indonesia Corporate Branding PR Award 2021 ini dikemas dalam bentuk hybrid event bersamaan dengan webinar bertajuk Harnessing Corporate Brand to Accelerate Business Recovery pada Kamis, 22 April 2021. Bram S. Putro selaku Founder dan Chief Executive Officer (CEO) mengawali acara dengan opening speech : “Dalam acara ini, akan membahas bagaimana PR menemukan peluang dalam tantangan kebiasaan baru yang dihadapi. What next and how to.”



Hadir secara virtual untuk memberikan speech, Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Kabinet Indonesia Maju : “Pandemi telah mengubah total kehidupan kita. Tapi kita tidak boleh putus asa. Ini merupakan titik balik untuk meningkatkan upaya dan usaha mencapai ekonomi yang berkualitas. Kemenparekraf aktif dengan konten-konten positif sebagai sarana komunikasi sosial yang berisi berbagai konten seperti tips yang informatif dan edukatif.”

Sandiaga menambahkan : “Kami percaya media sosial memiliki peranan yang luar biasa di dalam tatanan hidup masyarakat dan ini merupakan upaya dalam menjaga eksistensi Kemenparekraf. Menjaga hubungan para audience dengan merespon secara langsung dapat menghilangkan gap, sehingga masyarakat memiliki perasaaan menjadi bagian dari kami.”

Sesi dilanjutkan dengan pemaparan materi webinar oleh M. Fadjroel Rachman selaku Staf Khusus Presiden : “Dalam pemerintahan Presiden Joko Widodo, dari awal, branding kami adalah Indonesia Maju. National branding, yang dilandasi visi transformasi Indonesia sebagai kekuatan ekonomi dan sosial budaya global. Syarat dalam membentuk branding, yang pertama adalah kualitas dalam menjawab kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan material maupun non material.”

Fadjroel menambahkan : “Yang kedua, dapat merepresentasikan karakter masyarakat dan yang ketiga adalah menciptakan ikatan sosial seperti kemanusiaan, solidaritas, dan keyakinan kolektif untuk berkembang baik.”

Sebagai Perusahaan Terbaik dalam PR

Dalam kesempatan berbahagia ini, Iconomics Research and Consulting menetapkan FIFGROUP sebagai penerima penghargaan **Corporate Branding PR Award 2021 in : Pembiayaan > 15 Triliun**. Ini merupakan penghargaan yang memberikan apresiasi kepada perusahaan terbaik dalam Public Relations (PR) yang kapabel atau mampun dalam membangun tiga fondasi reputasi organisasi yaitu Commercial, Organizational, dan Social.



Dan sebagai penerima penghargaan dalam acara virtual awarding ini diterima langsung secara virtual oleh **Charles DW Simaremare** selaku **Corporate Communication Sub Department Head FIFGROUP**. Charles menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasinya saat menerima penghargaan : “Tentu ini merupakan suatu kebanggaan, khususnya bagi kami yang berada di departemen komunikasi sebagai bukti bahwa Public Relations telah menjalankan perannya dengan baik. Dan ini merupakan dorongan semangat untuk berbuat yang terbaik, semakin agile, dan berkembang untuk menjaga sustainability perusahaan.”

Teknik riset yang dilakukan Iconomics Research and Consulting secara online kuantitatif dengan total lebih dari 10.000 responden di 10 kota besar di Indonesia. Survei dilakukan pada bulan Februari-Maret 2021. Survei didahului dengan beberapa Focus Group Discussion Online, untuk melakukan penajaman parameter dan pemilihan brand perusahaan yang akan disurvei. Dengan mempertimbangkan keterbatasan teknis, maka survei hanya dilakukan terhadap Most Prominent Brands di Indonesia.