

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda

1. Subdivision SWOT Analysis Public Relation

List Konsul:

- Arie: Senin, 15 Desember 2025 (20.00 – 21.00)
- Joshua: Jumat, 19 Desember 2025 (15.00–selesai)
- Clement: Senin, 22 Desember 2025 (15.00–selesai)

Internal:

- Portfolio PR
- Database eksternal
- Adanya mention filemagz
- Kurangnya promosi produk

External:

- Support dari BINUS
- AI untuk analisis
- Kerja sama senior
- Persaingan media sosial
- Publikasi negatif
- Perubahan regulasi *partner*

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">◦ Portfolio PR berupa company visit, mitra yang bekerja sama dengan BNCC dapat menjadi nilai tambah BNCC yang berpotensi menarik klien◦ Database eksternal berupa kontak-kontak media partner yang pernah bekerja sama dengan BNCC dapat sebagai potensi media partner untuk event-event BNCC ke depannya	<ul style="list-style-type: none">◦ Adanya mention filemagz di akun media sosial BNCC BINUS padahal filemagz sudah dimerge dengan filetechno◦ Kurangnya promosi produk BNCC, yaitu FAVE dan FILE, di Instagram @bnccbinus
Opportunity	Threat

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">○ Support dari BINUS membuka peluang kolaborasi event, publikasi, dan konten yang lebih luas. Contohnya adalah kegiatan <i>company visit</i> BNCC dipublikasikan oleh BINUS○ AI untuk analisis, di mana PR dapat memanfaatkan teknologi AI untuk memfilter media partner yang berpotensi dapat melakukan kerja sama dengan BNCC○ Kerja sama senior BNCC dapat menjadi peluang BNCC untuk meningkatkan popularitas dan memperluas networking. Senior juga dapat menggunakan produk BNCC sebagai bentuk promosi. | <ul style="list-style-type: none">○ Persaingan media sosial dapat membuat visibility BNCC menjadi semakin berkurang, khususnya karena di BINUS sendiri terdapat banyak UKM teknologi yang juga aktif di media sosial○ Publisitas negatif dapat merusak kepercayaan dan hubungan organisasi dengan mitra kerja sama○ Perubahan regulasi partner, di mana perubahan regulasi perusahaan dapat memengaruhi kerja sama BNCC dengan <i>partner</i> tersebut |
|---|---|

Data:

- Strength
 - Strength 1:

Portfolio PR berupa company visit dan mitra kerja sama yang bekerja sama dengan BNCC dapat menjadi poin plus bagi BNCC karena menunjukkan bahwa BNCC memiliki pengalaman dan networking dalam bidang industri. Dalam pertemuan regen pertama, para pengurus PR mengatakan beberapa mitra kerja sama mereka adalah Samsung, Apple Developer Academy, dan C Labs, dan masih banyak mitra-mitra lainnya. Mitra yang kredibel dapat meningkatkan kepercayaan calon klien terhadap BNCC.

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda

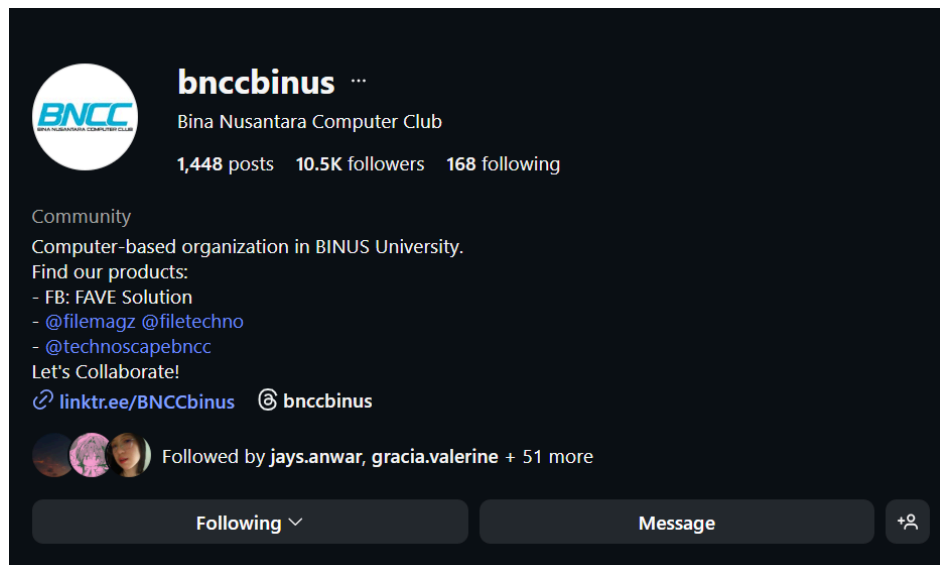
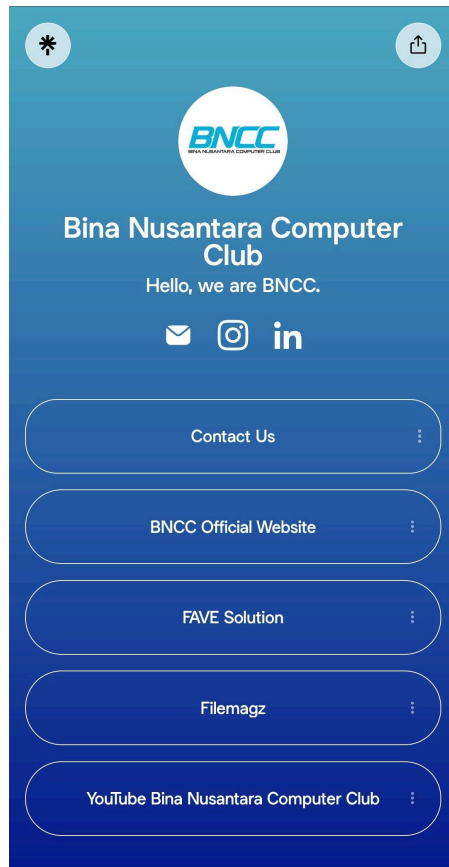


Sumber: PPT Regenerasi Subdivisi

- Strength 2:
Database eksternal, di mana pada konsul 22 Desember 2025 dengan Clement, ia mengatakan bahwa kontak-kontak media partner yang pernah bekerja sama dengan BNCC dapat sebagai potensi media partner untuk event-event BNCC ke depannya.
- Weakness
 - Weakness 1:
Adanya mention filemagz di akun media sosial BNCC BINUS padahal filemagz sudah dimerge dengan filetechno. Meskipun filemagz merupakan portfolio FILE yang masih berjalan, namun yang saat ini menerima kerja sama dari pihak eksternal adalah filetechno. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan bagi calon klien dan menimbulkan keraguan dalam diri mereka, yang dapat berujung pada gagalnya potensi kerja sama dengan klien.

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda



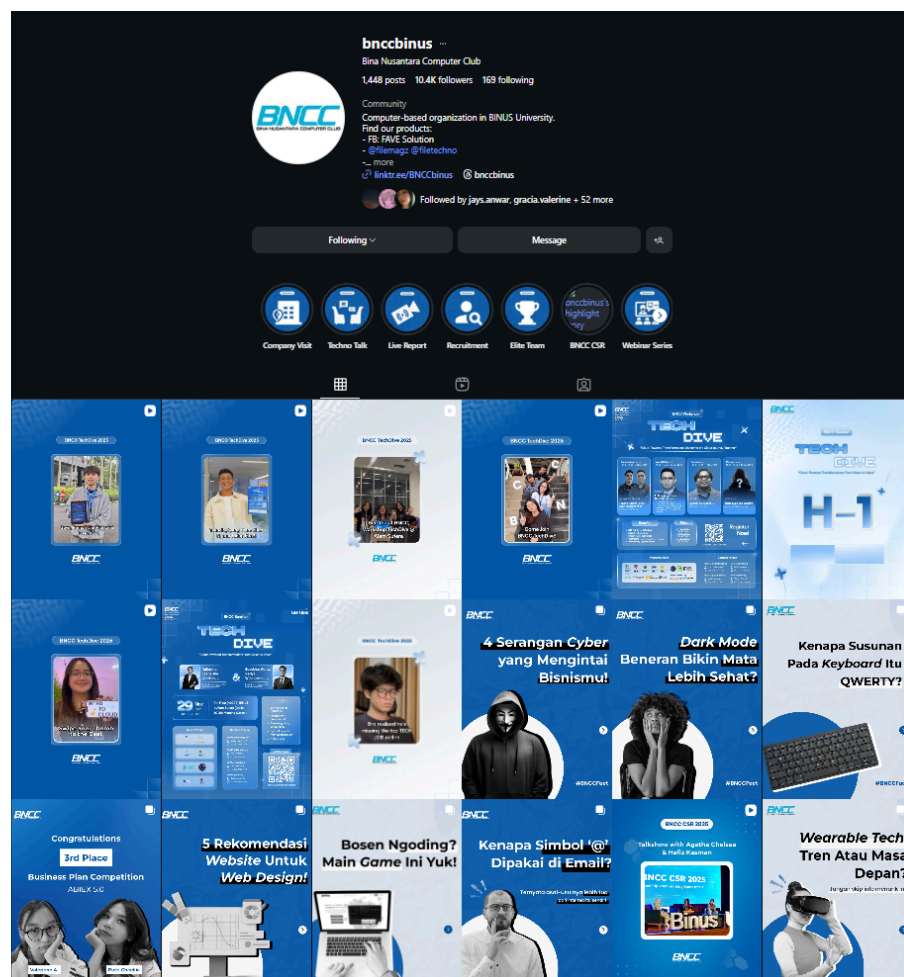
- Weakness 2:



BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda

Kurangnya promosi produk FAVE dan FILE di Instagram @bnccbinus. Padahal, @bnccbinus adalah akun utama BNCC yang biasanya dilihat oleh calon klien terlebih dahulu karena ketika mereka ingin bekerja sama, hal yang pertama kali dilihat tentu adalah organisasi yang akan diajak kerja sama (identitas organisasi, organisasi berada di bawah naungan siapa) supaya mereka dapat memastikan kredibilitas organisasi tersebut. Setelah itu, mereka baru akan melihat *portfolio* yang dimiliki oleh organisasi.



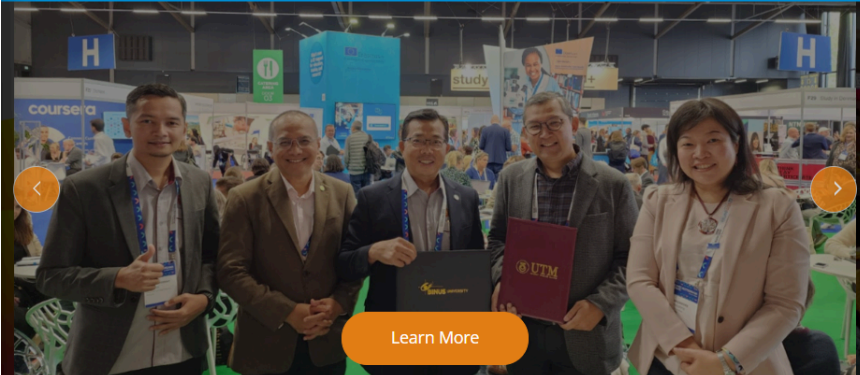
- Opportunity
 - Opportunity 1:
Support dari BINUS dapat membuka peluang untuk kolaborasi event yang lebih besar, memperkaya konten-konten BNCC, dan meningkatkan exposure

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda

BNCC. BINUS, melalui BINUS Collaboration Center, memiliki berbagai mitra kerja sama yang berpotensi menguntungkan BNCC.

WELCOME TO BINUS COLLABORATION CENTER



[Learn More](#)

COLLABORATION CENTER was established in 2014 with the role to create, implement, and evaluate collaboration with international and local higher education institutions, industry, government and NGOs to support internationalization efforts of BINUS GLOBAL Directorate. We are proud to partner with over 200 foreign higher education institutions and a long list of partners and contributors from other walks of life.



COLLABORATION TYPE

Looking for ways to collaborate with us? Check out our collaboration menu! We offer a variety of collaboration options, from content creation to strategic partnerships.

FACULTY DEVELOPMENT

We partner with industries to conduct research and...

[View Detail >](#)



COMMUNITY DEVELOPMENT

We partner with industries to conduct research and...

[View Detail >](#)



RESEARCH

We partner with industries to conduct research and...

[View Detail >](#)



TEACHING

We partner with industries to conduct research and...

[View Detail >](#)

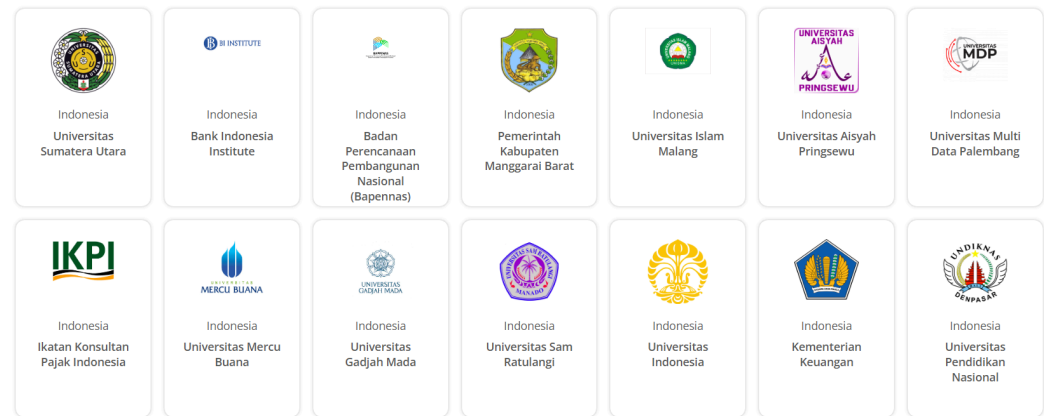


BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda

OUR PARTNERS

National Institution NGO



<https://global.binus.ac.id/collaboration-center/>

Beberapa partner BINUS merupakan perguruan tinggi, sehingga dapat membuka peluang kolaborasi dengan BNCC melalui studi banding dengan UKM yang terdapat di perguruan tinggi lain atau pengadaan event secara kolaboratif.

- Opportunity 2:

AI untuk analisis, di mana PR BNCC dapat memanfaatkan teknologi berbasis AI seperti Apollo untuk membantu proses pencarian, pemfilteran, dan analisis potensi media partner. Apollo dapat memfilter pencarian media partner (contohnya di LinkedIn) berdasarkan nama, afiliasi perusahaan, dan lain-lain sehingga dapat mempercepat proses pencarian media partner.

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

CONTACT & ACCOUNT SEARCH

Search a B2B Contact Database with 210M+ Verified Leads

Search across a B2B contact database of 210M+ verified professionals and companies. Find accurate emails and direct dials, filter by job title, location, or industry, and export directly to your CRM. Build targeted lists faster with our Lead Generation product.

[Sign up for free](#) [Get a demo](#)

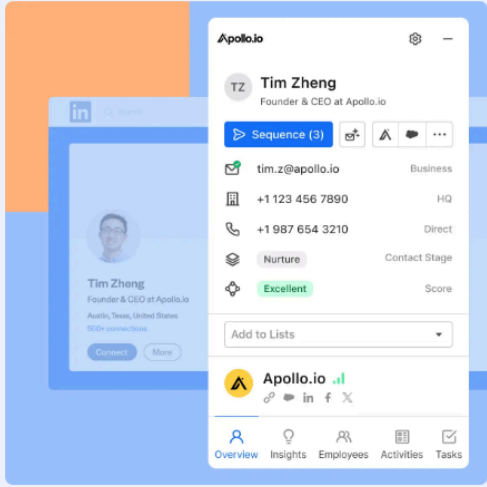
★★★★★ 4.7/5 based on 9,015 reviews | GDPR Compliant

PIPELINE INTEGRATIONS

How Apollo's Database Works

Access verified contact and company data across Salesforce, Gmail, and Outlook. Enrich your records in real time with data enrichment, uncover high-fit prospects using buying intent, streamline your prospecting with AI-powered sales automation, and connect everything seamlessly through CRM integrations. Easily connect Apollo's contact database to your CRM and workflows with our Integrations hub.

[See how it works →](#)



<https://www.apollo.io/product/search>

- Opportunity 3:

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

Kerja sama senior, yakni dengan senior BNCC, dapat menjadi pintu peluang bagi BNCC untuk meningkatkan popularitas dan memperluas *networking*. Dalam konsultasi tanggal 22 Desember 2025 bersama Clement, ia juga menyampaikan bahwa para senior juga dapat memakai produk BNCC sebagai bentuk promosi.

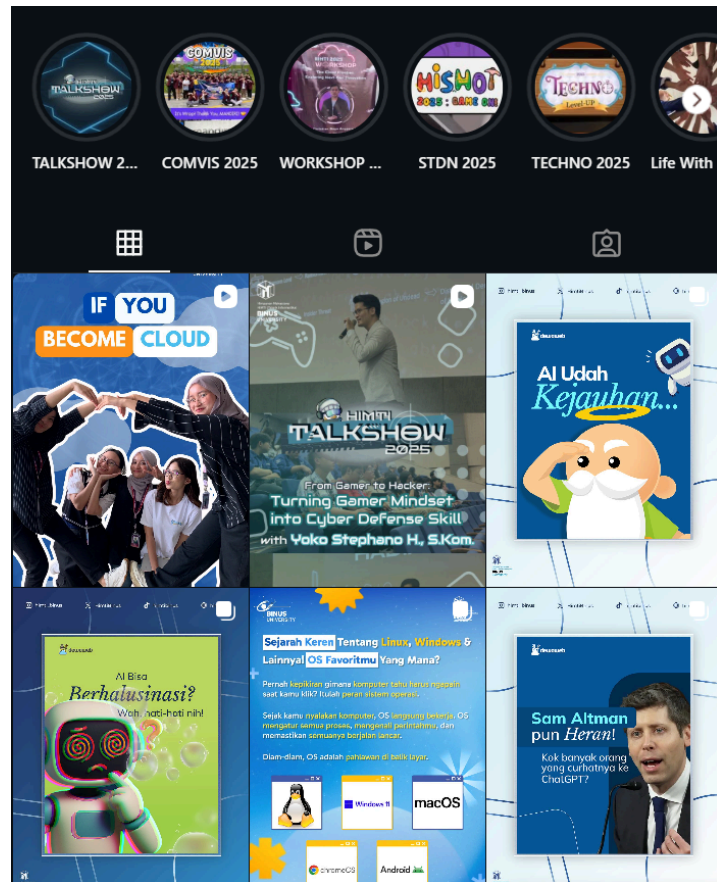
- Threat

- Threat 1:

Persaingan media sosial dapat membuat visibility BNCC menjadi semakin berkurang, khususnya karena di BINUS sendiri terdapat banyak UKM bertema teknologi lain yang juga aktif di media sosial sehingga berdampak jangkauan *post* di media sosial BNCC. Contohnya adalah akun HIMTI BINUS yang meng-*upload* setiap beberapa hari sampai dua minggu sekali. Postingan dari akun HIMTI BINUS juga bertema teknologi sehingga secara tidak langsung “bersaing” dengan BNCC.

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation Public Relation

Jessica Ganda



Gambar: Akun Instagram @himti_binus

https://www.instagram.com/himti_binus/

- Threat 2: **Publisitas negatif** dapat merusak kepercayaan dan hubungan organisasi dengan mitra kerja sama. Memang ada beberapa *brand* atau organisasi yang berhasil untuk kembali ke titik semula setelah mendapatkan publisitas yang negatif. Akan tetapi, ia tidak akan mampu kembali 100% seperti pada masa kejayaannya.

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

While it is true that certain brands have managed to bounce back from negative publicity, they tend to be the exception rather than the rule. Rebuilding a tarnished reputation can be an expensive and time-consuming process, often requiring substantial investment in marketing, public relations, and image rehabilitation campaigns. Moreover, the long-term financial implications of bad publicity can extend beyond immediate costs, as it can take years for a brand to regain the market share and consumer trust it once enjoyed.

<https://ashgrove.im/is-bad-pr-still-good-pr/>

- Threat 3: **Perubahan regulasi partner** dapat memengaruhi kerja sama yang telah BNCC bangun dengan partner tersebut. Perubahan regulasi pada salah satu pihak dapat menyebabkan terhambatnya kerja sama, atau bahkan menyebabkan terminasi kontrak sepenuhnya.

The Role of Regulatory Changes and Market Influences

The interplay between regulatory changes and market conditions significantly impacts partnership agreements across industries. Regulatory frameworks set by governments or relevant authorities shape the operating environment for businesses, influencing their strategic decisions and collaborative frameworks. As new laws and policies emerge, they can alter the competitive landscape, compelling companies to reevaluate existing partnerships or consider forming new alliances to remain compliant and competitive.

<https://generisonline.com/the-impact-of-market-conditions-on-partnership-agreements/>

2. Subdivision Innovation

a. Inovasi 1: Pemaparan tentang *Crisis Communication*

Tujuan:

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

Inovasi ini dibuat untuk menjawab salah satu *threat* PR BNCC, yakni publisitas yang negatif yang dapat timbul apabila terdapat rumor tentang BNCC yang tidak baik dan beredar secara luas.

Input:

- Calon pengurus PR
- Materi tentang *crisis communication* (konsep dan contoh *study case*)
- Pengurus PR periode yang sedang berlangsung (sebagai mentor)
- Modul lengkap tentang SOP penanganan krisis

Output:

- Calon pengurus PR BNCC yang sudah memahami apa itu *crisis communication* dan mengapa hal ini penting
- Calon pengurus PR BNCC dapat mengetahui cara melakukan *crisis communication* dengan efektif dan tepat sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat mempertahankan citra organisasi
- SOP yang terstruktur sehingga dapat diteruskan kepada pengurus periode berikutnya
- Meningkatkan kesiapan PR BNCC dalam menghadapi publisitas negatif

Penjelasan:

Inovasi ini dibuat agar anggota PR BNCC (atau calon anggota PR BNCC) dapat memahami apa itu *crisis communication* dan mengapa hal ini penting. Sebagai sebuah organisasi, tentu kita tidak sepenuhnya terhindar dari risiko terjadinya publisitas negatif yang dapat berdampak besar pada citra organisasi. Maka dari itu, apabila hal itu terjadi, penting bagi anggota PR untuk mengetahui langkah-langkah apa yang harus diambil, termasuk pesan yang harus disampaikan kepada audiens, untuk mempertahankan citra organisasi agar kepercayaan yang sudah tertanam antara BNCC dan mitra kerja sama BNCC tidak hilang begitu saja.

Pemaparan materi ini mencakup:

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

- Penjelasan konsep, manfaat, dan contoh penerapan *crisis communication* dalam organisasi
- Contoh *case study* tentang contoh kasus publisitas negatif yang dapat menimpa organisasi, di mana calon anggota PR dapat mempelajari bagaimana mempertahankan citra organisasi melalui pesan yang mereka sampaikan

Pemaparan materi *crisis communication* dilakukan dalam 1 sesi, di mana sesi diawali dengan penjelasan tentang konsep, manfaat, dan contoh penerapan *crisis communication* dalam organisasi. Materi yang diberikan berupa modul dan video yang berisi contoh penerapan *crisis communication*. Kemudian, sesi dilanjutkan dengan pemberian contoh *study case* yang melibatkan diskusi ringan antara calon pengurus dengan mentor, dan pada akhirnya mentor akan memberikan jawaban atas *study case* tersebut.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para anggota PR maupun calon anggota PR BNCC dapat menerapkan *crisis communication* dengan baik sehingga citra organisasi dapat tetap terjaga di masa-masa krisis publisitas.

b. Inovasi 2: Carousel Post dan Highlight Story

Tujuan:

Inovasi ini dibuat untuk menjawab salah satu *weakness* PR BNCC, yakni kurangnya promosi produk BNCC di Instagram @bnccbinus. Inovasi ini memanfaatkan jenis post *carousel post*, di mana postingan yang diswipe memiliki desain yang *seamless*.

Input:

- Produk-produk BNCC (FAVE dan FILE)
- Akun Instagram BNCC BINUS (@bnccbinus)
- Canva atau media editor lainnya
- Grid *splitter*

Output:

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

- Laman Instagram @bnccbinus yang menampilkan preview produk BNCC melalui fitur “pin” melalui *carousel post*
- Konten carousel post yang *dipin* di bagian atas profil @bnccbinus yang dapat mendorong klien untuk mengeklik postingan tersebut
- Desain yang *seamless* sehingga setiap *swipe* memberikan dapat menarik perhatian

Penjelasan:

Selama ini, produk BNCC jarang dipromosikan di akun utama BNCC, yakni @bnccbinus. Padahal, akun tersebut adalah akun yang pertama kali dilihat oleh klien sebagai identitas dari BNCC. Maka dari itu, akun tersebut perlu mempromosikan produk-produk BNCC di laman utama agar klien dapat langsung melihat portfolio dari BNCC dan menjadi tertarik untuk bekerja sama dengan BNCC.

Cara membuat *carousel post*:

- Desain tampilan produk menggunakan aplikasi Canva atau media editor lainnya
- Buat dalam ukuran 1:1 untuk satu halaman *post*, sehingga untuk 10 halaman post, buat dalam ukuran 1:10
- Jangan lupa untuk menambahkan akun Instagram @filetechno dan @favesolution dalam halaman pertama dan terakhir desain
- Warna desain disesuaikan dengan skema warna BNCC, yakni biru dan putih
- Apabila desain sudah disiapkan, gunakan *grid splitter* untuk memisahkan desain yang awalnya berukuran 1:10 menjadi 10 halaman berukuran 1:1. Software *grid splitter* dapat diakses di Google dengan mengetik “grid splitter Instagram”
- Post desain yang sudah jadi ke akun @bnccbinus sesuai dengan urutan halaman
- Pin post yang berisi produk BNCC sehingga produk-produk tersebut akan muncul di bagian atas profil @bnccbinus

BNCC 37 Subdivision SWOT and Innovation

Public Relation

Jessica Ganda

Dengan adanya *carousel post* yang menampilkan produk-produk BNCC di bagian atas profil akun @bnccbinus, maka klien yang mengakses akun BNCC dapat segera mendapatkan preview tentang produk yang BNCC miliki tanpa harus mencari dan *mengexplore* ke akun-akun produk BNCC. Hal ini berpotensi menarik perhatian *client* dengan segera.

Tak hanya *carousel post*, produk-produk BNCC juga harus ditampilkan di highlight story supaya klien dapat mengeksplorasi produk-produk tersebut.

Resources:

- Canva: <https://www.canva.com/>
- Grid Maker (Image Splitter):
<https://designhub.co/instagram-grid-maker/>