



Kandimaji
Proudly communicate

COMPANY PROFILE 2024



A network of leading integrated PR & digital marketing companies

*Building a better tomorrow by delivering our creativity and expertise, to help our customers connecting **purpose to business growth***



Public Relations agency, helping in strategic communication and reputation management, protecting and enhancing your public image



People-centric digital marketing agency, helping to build and develop the story, presence, and performance of your business in the digital world



Education platform providing in-demand skills training related to PR and digital marketing, from agency professionals, and other practitioners & experts



Event organizer, we can handle event management from planning, coordinating, and executing various types of events and help brand to more engage with stakeholders

KANDI IMAJI in Indonesian means a **grail of imagination**. We believe imagination is limitless, but it needs a grail to make it applicable and reliable in real life.

Kandi Imaji is a strategic media and public relations agency. Blending the strategic thinking and experiences with a solid team we have had we deliver our work in a more delicate way. Our job is encouraging people to proudly communicate their way of business as part of their way of life. Creating influence and making all your communication line matters is what we aim to do. We also build partnership more significantly.





FOUNDER

Farah Dilla Syofiana is the founder & CEO of Kandi Imaji. Her expertise more than 13 years in Public Relation, Media Strategic, Digital Marketing and Campaigning, and all kinds of Event Management. Later on, with such a strong passion and network in communication field, she was driven to establish her own Kandi Imaji in order to support local PR industry in the middle of foreign PR companies in Indonesia.



CO-FOUNDER

Dewi Irma Kusvianty is a seasoned practitioner and a professional in the field of digital marketing, at this moment she is the Co-Founder and CEO of Katarsa (sister company Kandi Imaji), a digital agency based in Jakarta-Indonesia. Graduated from Padjadjaran University, she has extensive experience in the world of media, communication and digital, as a journalist, editor, and consultant, for the last 17 years, since 2005.



PR Strategic

We provide idea and concept for Public Relation Strategy through PR Campaign. With dedicated and experienced human resources, Kandi Imaji ready to develop a comprehensive PR campaign to fulfill your organization's objectives.



Media Management

We using the mass media to communicate and deliver a client's message effectively and to the right audience also we ensure that each message is delivered in a timely manner.



Content Management

Creating relevant content is key to any communications engagement both in traditional media and online communities. From newspapers to Social Media, our team of content creators can craft your messages for your stakeholders.



Social Media Management

We can help companies or organizations to boost their goals through conduct digital marketing program from creating social media channels, developing and managing content for all channels.



Event Management

We can handle event management from a to z and help brand to more engage with stakeholders.

Scope of Works



Profile Building, Training & Capacity Building

Engaging client overall PR & Media Strategy.



Thought Leadership

Opinion articles and speaking engagements (Content Development).



Media Relation Strategy

Developing Key Messages, engage media partner.



Media Coverage

Develop and distribute Press Releases, articles and media monitoring.



PR Advisory

Monthly meeting and update, discussion of issues, also strategic planning.



Exclusive Interviews

Conduct 1 on 1 interviews, and roundtables.



Stakeholder Engagement

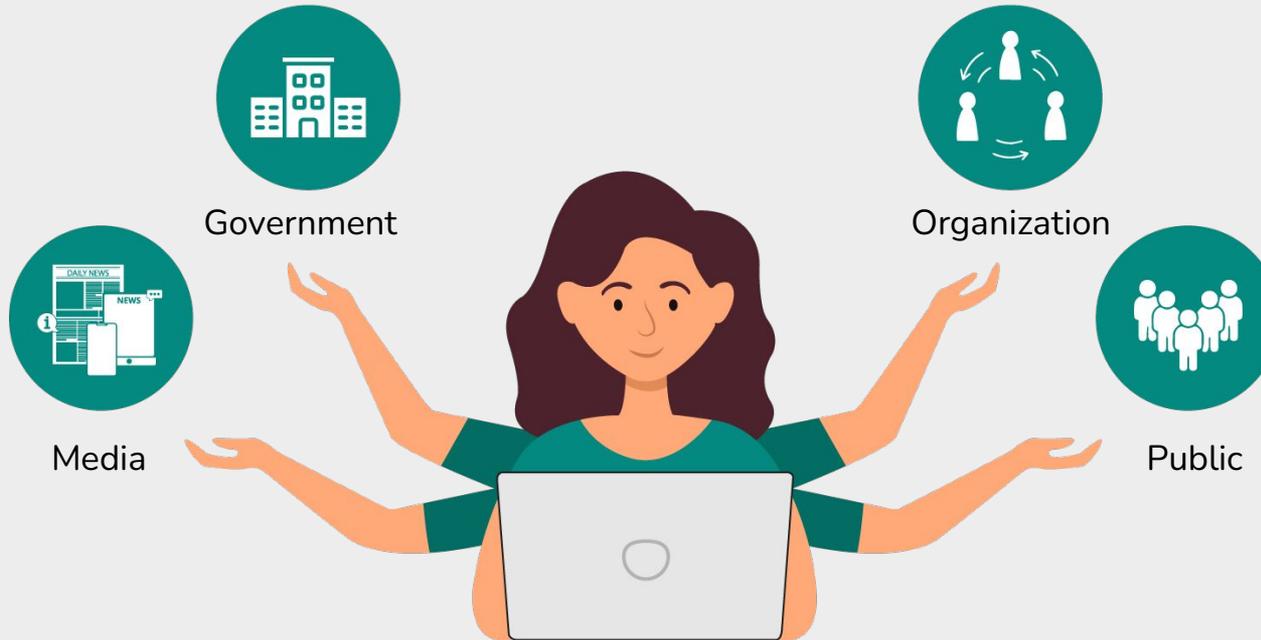
We are able to engage stakeholder to have partnership in many kind of way.



Social Media Management

We conduct digital marketing program from creating social media channels, developing and managing content, influencer management.

Connecting Communities



We have experiences and expertise to build maintain a network.
These connection is key for any strategic communications.

Our Happy Client



Our Happy Client



Social Media & Content Management

Project Description:

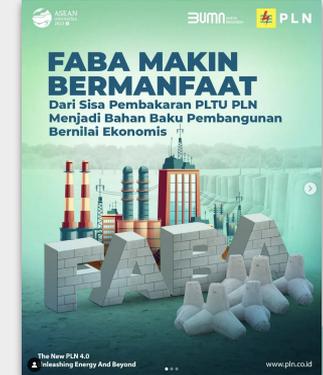
Mengelola media sosial PLN, baik akun resmi maupun akun pendamping sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien dengan seluruh stakeholder perusahaan. Selain itu bertujuan mendukung pencapaian kinerja perusahaan.

Dengan intensitas posting yang tinggi, PLN mengemas beragam topik konten, seperti informasi dan aktivitas perusahaan, edukasi, quotes, giveaway, hingga greeting hari besar.

Project Solution:

Berkolaborasi dengan *sister company* kami, yaitu Katarsa, Kandi Imaji membuat strategi komunikasi yang diturunkan melalui seluruh platform sosial media PLN. Selain membuat konten berisi informasi aktivitas perusahaan, edukasi, quotes, hari besar, dan giveaway, kami juga menaruh fokus yang tinggi terhadap *engagement* mengingat produk yang ditawarkan oleh PLN bersifat *service* pelanggan. Selain itu support dari Kandi Imaji termasuk sosial media monitoring, sosial media rangers, ads dan juga crisis handling.

Pencapaian yang didapatkan yaitu kenaikan followers di seluruh digital aset PLN, seperti di akun Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok. Menyusul pula engagement yang naik secara signifikan dan positif.



Social Media & Content Management

Project Description:

Pengelolaan media sosial oleh Jasa Marga menjadi hal yang penting untuk memperkuat citra positif, meningkatkan interaksi dengan publik, dan menyampaikan informasi secara transparan demi kepercayaan dan keberlanjutan perusahaan.

Maka dari itu Jasa Marga mengemas beragam topik konten, seperti informasi aktivitas perusahaan, edukasi, giveaway, hingga greeting hari besar sebagai komunikasi ke publik.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi yang berdasarkan dari riset kebutuhan dan trend audiens di sosial media yang diturunkan melalui seluruh platform sosial media Jasa Marga. Selain membuat konten berisi informasi aktivitas perusahaan, informasi bagi pengguna jalan tol, edukasi, hari besar, dan giveaway, Kandi Imaji juga support sosial media monitoring dan juga crisis handling.

Pencapaian yang didapatkan yaitu kenaikan followers dan engagement pada setiap bulannya pada sosial Jasa Marga, seperti di akun Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok.



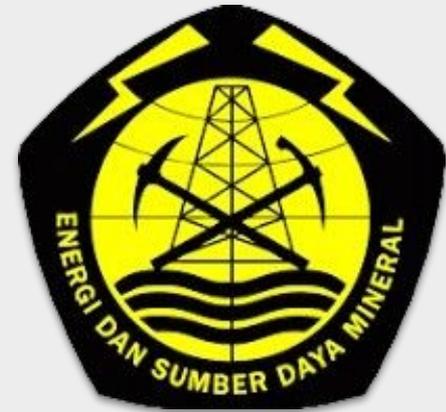
Strategic Communications

Project Description:

Direktorat Pembinaan Pengusahaan Mineral Pada Direktorat Jenderal Mineral Dan Batubara Kementerian Energi dan Sumber Daya Manusia (ESDM) beberapa tahun belakangan ini telah melakukan berbagai perbaikan kebijakan dan sistem tata kelola pengelolaan pertambangan di sektor mineral dan batubara. namun keberhasilan ini belum tersampaikan dan terkomunikasikan secara maksimal kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi yang komprehensif dengan menyusun berbagai aktivitas komunikasi dan publikasi yang efektif melalui strategi media relations. Hal ini untuk mendapatkan media coverage yang maksimal sehingga brand awareness para pemangku kepentingan dan juga masyarakat terhadap Ditjen Minerba semakin baik dan positif.



Rebranding Communication Plan

Project Description:

Badan Pengatur Hilir Minyak dan Gas Bumi (BPH Migas) adalah lembaga negara yang bertugas mengatur dan mengawasi ketersediaan dan distribusi bahan bakar minyak serta gas bumi di Indonesia BPH Migas berencana untuk melakukan rebranding logo untuk membawa visi, misi dan semangat baru yang lebih relevan dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi yang komprehensif dengan menyusun KAK untuk pelaksanaan Sayembara Logo Baru BPH Migas dan menyusun Communication Guidelines sebagai acuan dan panduan tim Humas BPH Migas ke depannya.



Launching & Press Conference Galemoru Application

Project Description:

Galemoru adalah aplikasi pembelian mobil baru yang berangkat dari perubahan gaya hidup secara online termasuk dalam transaksi pembelian kendaraan bermotor. Kemudahan yang diberikan mulai dari pilihan asuransi, pilihan kendaraan, harga, lokasi, dealer, hanya dari ponsel Anda. Dan Galemoru akan melakukan Press Launching dengan fokus awal mengundang media-media.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi yang diturunkan melalui press release dan juga membuat konsep serta eksekusi event Press Launching tersebut. Event launching berhasil dilaksanakan dengan lancar dan maksimal ditandai dengan jumlah media dan undangan yang hadir sesuai dengan perencanaan, begitu juga dengan jumlah release yang naik di media melebihi target.



Consultant Communication for IPO Pertamina International Shipping

Project Description:

Pertamina berencana untuk membuka nilai perusahaan melalui IPO untuk meningkatkan dan mencapai aspirasi sebagai pemimpin energi global. Pertamina mempertimbangkan untuk melaksanakan IPO tersebut melalui sejumlah anak usahanya, salah satunya adalah lewat Pertamina International Shipping (PIS).

Project Solution:

Mengaktifkan seluruh kanal saluran komunikasi perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Memastikan konsistensi di seluruh saluran komunikasi. Secara tersirat, meningkatkan pula value dari Pertamina (Persero) sebagai perusahaan induk yang kompeten dan berkelas internasional. Meningkatkan *corporate* dan *brand awareness* kepada target *stakeholder* utama PIS. Mengenalkan Pertamina International Shipping lebih dalam ke hadapan *stakeholder* melalui pemanfaatan media massa / media publikasi lainnya. Memperkuat pesan yang telah dibangun dan mengamplifikasikannya untuk mengembangkan *investment story* IPO PIS. Menciptakan persepsi positif dari sisi pengembangan nilai korporat. Menumbuhkan *public interest* akan nilai investasi dari PIS untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan.



Pertamina International Shipping Siapkan Investasi Rp 22,8 T hingga 2030



Arief Rahman Hakim
29 Des 2021, 19:26 WIB



INDUSTRI /

Top! Laba bersih Pertamina International Shipping 2020 naik 126% jadi Rp 1,1 triliun

Senin, 14 Juni 2021 / 08:53 WIB



Consultant Communication for Wismilak Foundation for Diplomat Success Challenge (DSC) 2020-2022 Program

Project Description:

Wismilak Foundation mempunyai program ide bisnis kewirausahaan untuk menciptakan entrepreneur muda yang berkualitas yang bernama Diplomat Success Challenge (DSC).

Bagi mereka yang lolos seleksi akan melombakan ide bisnisnya dan dikurasi sesuai kriteria yang ditentukan. Pada akhirnya 4 pemenang akan diberikan hibah usaha masing-masing sebesar Rp500 juta kepada 4 orang.

Project Solution:

Mengaktifkan seluruh kanal saluran komunikasi media sosial serta media cetak dan elektronik dalam menjangkau peserta yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan.

Selain membantu untuk menciptakan entrepreneur muda yang berkualitas, ajang ini juga menjadi pembelajaran, berbagi tips antar pengusaha, dan membantu menciptakan lapangan kerja.



In Collaboration With Our Partner

PR Communication Strategy for IPO, Develop Press Release and Article Pitch, also Distribute It

Project Description:

Blibli.com mengintegrasikan Tiket.com dan Ranch Market ke dalam online dan offline storenya. Blibli juga melakukan IPO untuk mengembangkan bisnis perusahaan agar dapat menjawab tantangan kemajuan teknologi.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi melalui press release dan article pitch, serta mendistribusikan kepada rekan-rekan media. Kandi Imaji juga mengadakan FGD guna mendapatkan insight secara lebih mendalam, sekaligus menjawab keingintahuan rekan media terhadap bisnis Blibli.



PR Communication Strategy for Develop Press Release and Distribute It

Project Description:

KB Kookmin Bank memperluas produk finansial perbankan untuk dapat memberikan pelayanan maksimal kepada konsumennya.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi komunikasi melalui press release dan mendistribusikan kepada rekan-rekan media. Dari berita yang dimuat oleh 42 media online dan 5 media cetak, semua mengandung berita positif.



DISAMBU ANTUSIAS Bank KB Kookmin meluncurkan kampanye iklan dengan mengabdikan hadiah star keamanan asal Korea Selatan, yaitu BTS.

KB Kookmin, Bank No 1 di Korea Mewujudkan Bisnis Keuangan di Indonesia

PADA 21 Februari 2021, Bank KB Kookmin secara resmi meneguhkan nama dan logo anak perusahaan Bank Kookmin di Indonesia. Tak hanya itu, pada Desember 2020, Bank KB Kookmin juga meluncurkan kampanye iklan dengan mengabdikan hadiah star keamanan asal Korea Selatan BTS yang bertepatan dengan Bank KB Kookmin sejak 2018. Iklan tersebut mendapat sambutan serta antusiasme yang cukup baik dari masyarakat Indonesia dengan jumlah pemrosesan secara online lebih dari 12 juta kali.

Melihat kesuksesan tersebut, KB Kookmin yang merupakan bank nomor 1 di Korea pun mulai melakukan ekspansi dengan menambahkan layanan perbankan seperti manajemen risiko dan keuangan digital yang bertujuan memancing kepercayaan nasabah lainnya di Indonesia. Layanan tersebut, di antaranya, berupa semua manfaat seperti KB Securities, KB Insurance, KB Kookmin Card, dan KB Capital yang masuk ke pasar Asia Tenggara lebih dulu. Bank KB Kookmin merupakan induk perusahaan Bank KB Kookmin yang memiliki aset terbesar di antara bank komersial lainnya di Korea dengan total aset sebesar KRW 418,4 triliun (per 31 Desember 2020).

Faktanya Bank KB Kookmin dan KB Group adalah kekuatan kapabilitas manajemen risiko dan keuangan digital. Bank KB Kookmin juga berencana mengembangkan Bank KB Kookmin dengan menggabungkan keahlian manajemen risiko asuransi serta keuangan digital canggih untuk SME dan ritel. Sebagai

langkah awal dalam memulai bisnis, pada 10 Maret, KB Kookmin dan divisi terkait Bank Kookmin berpartisipasi secara langsung untuk bermitra dengan nasabah VP di Indonesia. "Tentu kami sudah mengembangkan Bank KB Kookmin agar masuk dalam jajaran 10 bank ritel teratas di Indonesia dengan dukungan penuh dari perusahaan dan memberikan pemertanian keuangan profesional yang terdapat kepada seluruh nasabah di Indonesia," ujar Presiden Direktur Bank KB Kookmin Heo In.

Yang merupakan Bank KB Kookmin KB Financial Group adalah penyedia layanan keuangan terkemuka Korea yang menawarkan berbagai macam produk dan layanan keuangan. KB Financial Group didirikan pada 2004 untuk melayani klien dengan lebih baik, meningkatkan pertumbuhan, dan memberikan nilai dalam perubahan yang cepat. Bank KB Kookmin adalah bank global yang memiliki industri keuangan Asia, salah satu anak perusahaan terbesar dari KB Financial Group. Keahlian dari KB Financial Group adalah keahlian, basis pelanggan yang kuat, jaringan distribusi yang luas, dan modal yang kuat. KB Financial Group memiliki 13 anak perusahaan, yaitu: Bank KB Kookmin, KB Securities, KB Insurance, KB Kookmin Card, Prudential Life Insurance, KB Asset Management, KB Capital, KB Life Insurance, KB Real Estate Trust, KB Savings Bank, KB Investment, KB Data Systems, dan KB Credit Information. (abc/eva/wise)

KB Kookmin Tambah Sejumlah Layanan Finansial

SETELAH sukses meluncurkan kampanye iklan, KB Kookmin mulai melebarkan sayapnya dengan menambahkan layanan perbankan seperti manajemen risiko dan keuangan digital yang bertujuan untuk merancang masa depan keuangan digital dan memperkuat kepercayaan nasabah setianya di Indonesia.



Layanan tersebut di antaranya kerjasama antar afiliasi seperti KB Securities, KB Insurance, KB Kookmin Card dan KB Capital yang sebelumnya telah masuk ke pasar Asia Tenggara lebih dulu. Bank KB Kookmin sendiri merupakan induk perusahaan Bank KB Kookmin yang memiliki aset terbesar diantara bank komersial lainnya di Korea dengan total aset sebesar KRW 438,4 triliun (per 31 Desember 2020).

Fokus utama dari Bank KB Kookmin dan KB Bukopin adalah menguatkan kapabilitas "Manajemen Risiko" dan "Keuangan Digital". KB Kookmin Bank juga berencana mengembangkan Bank KB Bukopin dengan menggabungkan keahlian

manajemen risiko sistematis serta kemampuan digital canggih untuk SME dan ritel.

Heo In Presiden Direktur KB Kookmin Bank mengatakan bahwa fokus kami adalah mengembangkan Bank KB Kookmin agar masuk dalam jajaran 10 bank ritel teratas di Indonesia dengan dukungan penuh dari perusahaan dan memberikan pelayanan keuangan komprehensif yang modern kepada seluruh nasabah di Indonesia. ■ YUI

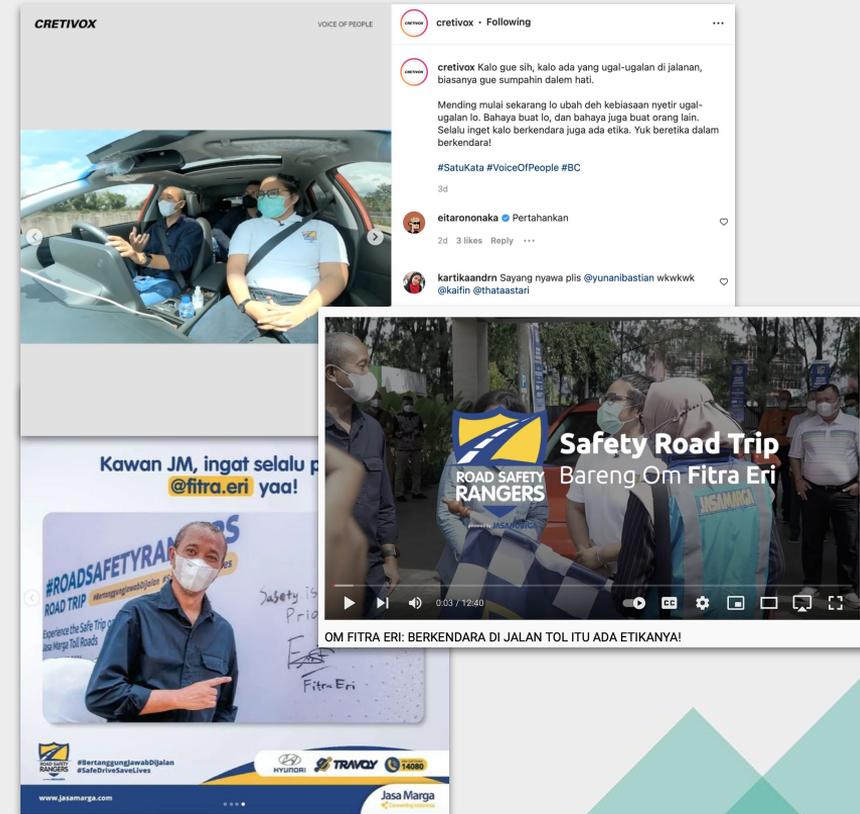
Kampanye Keselamatan Berkendara “Road Safety Rangers” Jasa Marga

Project Description:

Setiap tahunnya Jasa Marga selalu mengadakan program kampanye keselamatan berkendara yang pada tahun 2021 diberi nama “Road Safety Rangers”. Kegiatan ini dilaksanakan guna menghimbau para pengguna jalan raya atau khususnya tol agar selalu berkendara aman di jalan. Salah satu kanal komunikasi utama yang digunakan dalam kampanye ini adalah media sosial, maka dibutuhkan strategi konten yang lebih menarik dan informatif guna menjangkau para peserta.

Project Solution:

Guna memaksimalkan komunikasi agar lebih efektif, Kandi Imaji mengaplikasikan sejumlah strategi komunikasi mulai dari infografis, video grafis yang menarik perhatian audiens utama dari kampanye ini yaitu anak muda. Selain itu kami juga bekerjasama dengan influencer otomotif ternama seperti Fitra Eri untuk memberikan informasi serta edukasi seputar keselamatan berkendara. Lalu yang lebih menarik, kami juga mengutilisasi “New Gen Media” dengan menjalin kolaborasi dengan Creativox.



In Collaboration With Our Partner

PR Communication Strategy for IPO, Develop Article Pitch, also Distribute It

Project Description:

Untuk pengembangan bisnis berkelanjutan, Hillcon berencana melaksanakan aksi korporasi IPO. Melalui aksi ini, merupakan upaya perusahaan memenuhi pasokan Nikel secara global, dan mendukung program Pemerintah dalam merealisasikan percepatan industri electrical vehicle.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat Article Pitch yang didistribusikan melalui rekan-rekan media tier 1 terpilih, sebagai perpanjangan informasi ke market dan publik mengenai brand positioning Hillcon sebagai tambang Nikel terbesar di Indonesia. Dengan cadangan nikel terbesar di dunia, diharapkan Hillcon dapat menjadi salah satu pemain penting dalam komoditas nikel global.



PR & Community Engagement Program Pupuk Indonesia

Project Description:

Pupuk Indonesia memiliki program tahunan yang dinamakan FertInnovation Challenge. Program ini merupakan sebuah bentuk apresiasi terhadap mahasiswa-mahasiswa Pertanian yang ingin menyampaikan Inovasinya di bidang pertanian terhadap persoalan-persoalan yang dihadapi di industri tersebut. Guna menggaungkan program ini, maka Pupuk Indonesia perlu menggandeng media massa dan komunitas mahasiswa untuk menyampaikan informasinya.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat program komprehensif dengan memaksimalkan berbagai kanal komunikasi yang dimiliki oleh Pupuk Indonesia termasuk didalamnya media sosial dan asset media komunikasi lainnya seperti website, dengan membuat microsite sebagai sumber informasi. Selanjutnya kami menjalin Kerjasama dengan BEM dari sejumlah kampus terkemuka di Indonesia guna menjangkau audiens yang lebih spesifik. Selain itu kami juga menjalin Kerjasama dengan sejumlah influencer dengan sosok profile yang peduli terhadap lingkungan dan pertanian.



PR Strategic Media & KOL Management Realme Indonesia

Project Description:

Realme memiliki beberapa produk yang akan dijual di pasar Indonesia dalam waktu 6 bulan, mulai Juni hingga November. Mereka membutuhkan strategi komunikasi yang tepat guna mendorong penjualan sekaligus meningkatkan brand image realme kepada konsumen Indonesia. Setiap produk memiliki keunikannya masing-masing, sehingga perlu ada konten yang strategis dalam mempublikasikannya.

Project Solution:

Untuk menjawab tantangan tersebut Kandi Imaji membuat strategi komunikasi dan sejumlah konten khusus yang ditujukan untuk segmen media yang berbeda, seperti konten khusus untuk media gaya hidup, media game dan tentu saja media umum. Kami juga melakukan sejumlah kegiatan kemitraan media untuk memaksimalkan Share of Voice merek realme secara keseluruhan.

Kami juga lebih memperkuat brand voice dan product strength-nya: #FavoritnyaAnakMuda, untuk dikomunikasikan kepada influencer, KOL, dan content creator, yang membuat review produk dan konten unboxing di YouTube, serta media massa dengan jurnalis dan editor dari media nasional dan lokal.

Baru 3 Tahun, Realme Duduki Peringkat Empat Top Smartphone Brand di Indonesia

Reporter : Cynthia Amanda Male
Senin, 4 Oktober 2021 11:48



Realme 9 Pro Series Diklaim Terjual 6.500 Unit Hanya Dalam 3 Hari

Liberty Jemadu | Dicky Prastyu

Selasa, 22 Februari 2022 | 20:22 WIB



Calon terbaik lagi ini mah... Review realme 9 Pro+ Indonesia!

1,037,178 views • Feb 16, 2022 • Naik naik dikit dikit.

Product Launching Realme Indonesia Type 9 Pro series

Project Description:

Realme 9 Pro Series merupakan salah satu product flagship yang mengusung keunggulan pada bagian kameranya. Tantangan yang dihadapi adalah adanya stigma kualitas foto realme yang biasa-biasa saja pada produk sebelumnya dan bagaimana meyakinkan konsumen bahwa 9 Pro Series dapat menunjang kebutuhan fotografi pengguna sehari-hari.

Project Solution:

Guna menjawab tantangan tersebut Kandi Imaji melakukan sejumlah strategi untuk menunjang kebutuhan komunikasi pada saat product launch dengan menjalin kerjasama dengan tim National Geographic Indonesia untuk membuktikan kehandalan realme 9 Pro Series saat digunakan untuk hunting foto obyek-obyek wisata terkemuka di sejumlah daerah dan juga bekerja sama dengan media lifestyle high segment seperti Bazaar, Elle, Cosmopolitan guna mengangkat citra sebagai produk flagship.



Product Launching Realme Indonesia Type GT NEO 2

Project Description:

Realme GT Neo 2 merupakan salah satu line up produk realme yang fokus pada performa smartphone untuk kebutuhan gaming. Tantangan pada produk ini adalah stigma soal smartphone gaming yang biasanya punya sistem pendinginan yang buruk.

Project Solution:

Untuk menjawab tantangan ini Kandi Imaji pada saat product launch menantang para media dan KOL yang diundang untuk melihat langsung sistem pendinginan yang digunakan pada GT Neo 2 dengan membongkar smartphone tersebut dihadapan mereka dan menunjukkan performa GT Neo 2 saat digunakan untuk bermain game berat.



Product Launching Realme Indonesia Type 8 5G

Project Description:

Realme 8 5G merupakan salah satu produk smartphone pertama di Indonesia yang telah menggunakan jaringan 5G dengan harga affordable di 2 jutaan. Tantangan pada produk ini adalah kompetitor memiliki produk dengan spesifikasi sejenis dengan rentang harga yang tidak jauh berbeda.

Project Solution:

Untuk menghadapi tantangan tersebut Kandi Imaji membawa pesan realme 5G sebagai 5G Popularizer, karena menghadirkan inovasi smartphone 5G yang dapat dijangkau oleh hampir seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.



Product Launching Campina

Project Description:

Campina bermaksud memperkenalkan varian terbaru dari produk es krim mereka kepada masyarakat. Guna mendapatkan awareness terhadap produk terbarunya, Campina pun menggelar sesi product launch dan konferensi pers dengan mengundang jurnalis dari berbagai media massa. Lalu karena beberapa produk terbaru ini memiliki kandungan yang bisa menjaga imun tubuh di kondisi pandemic seperti sekarang, maka Campina ingin agar pesan ini bisa tersampaikan dengan baik ke target pasar.

Project Solution:

Mengingat situasi yang kurang kondusif untuk mengadakan event product launch secara offline, maka Kandi Imaji menyarankan agar kegiatan ini diselenggarakan secara online dengan mengundang spesifik media seperti media gaya hidup, parenting, termasuk juga media-media umum. Selain diselenggarakan via Platform Zoom, kegiatan ini juga disiarkan langsung melalui platform Youtube agar semakin banyak masyarakat dan target market dari produk es krim ini yang terpapar informasinya. Selain itu, kami juga menyarankan untuk mengundang influencer gaya hidup, guna meyakinkan audiens, sekaligus membentuk image produk menjadi lebih baik.



Campina Rilis 5 Varian Rasa Es Krim Baru yang Premium dan Berkandungan Vitamin

Fimela Reporter
04 Nov 2021, 08:00 WIB

INVESTASI /

Rilis produk baru, Campina Ice Cream (CAMP) optimistis kerek penjualan hingga 7%

Minggu, 07 Maret 2021 / 21:20 WIB

[f](#) [t](#) [g](#) [in](#) [r](#) [i](#) INDEKS BERITA

Product Launching Vivo Type X50 Series

Project Description:

Melalui produk smartphone X50 Pro, vivo Mobile Indonesia ingin menyajikan sebuah produk yang premium yang akan mendisrupsi pasar smartphone flagship. USP dari vivo X50 Pro ini terletak pada kameranya yang telah menggunakan Gimbal Stabilizer, serta design flagship.

Project Solution:

Guna mencapai tujuan tersebut Kandi Imaji menggaet sejumlah figure seperti Anton Wirjono, founder The Goods Dept; Mouly Surya, Sutradara film peraih penghargaan serta Winston dan William Utomo, founder IDN Media guna mewakili elemen seperti teknologi kamera dan flagship design.



Product Launching Vivo Type V19

Project Description:

Vivo V19 sebagai line-up produk flagship V-Series menghadirkan keunggulan pada kameranya yang membawa teknologi AI untuk pengoptimalan pengambilan gambar di malam hari. Tantangannya adalah pengguna seringkali membandingkan teknologi night mode dengan yang dibawa oleh produk iPhone.

Project Solution:

Untuk menjawab tantangan tersebut Kandi Imaji memamerkan hasil jepretan foto dari vivo V19 dalam mode night mode pada saat peluncuran produk.



Product Launching Vivo Type S1 Pro

Project Description:

Vivo S1 Pro adalah line up product Vivo yang spesifik menasar pengguna muda, dengan keunggulan pada design frame kamera yang berbeda dari kebanyakan smartphone dan penerapan warna-warna yang lebih berani dan spesifikasi cukup tinggi.

Project Solution:

Menjawab tantangan tersebut Kandi Imaji membuat event produk launch pada tempat yang sangat anak muda dengan warna-warna yang colorful dan kolaborasi dengan influencers lifestyle guna merepresentasikan produk imej.



Bodrex Herbal

Project Description:

Bodrex herbal meluncurkan produk obat sakit kepala herbal cair pertama di Indonesia, dalam upaya pertolongan pertama terhadap gejala sakit kepala akibat perubahan rutinitas harian masyarakat akibat kondisi pandemi COVID-19. Bodrex sakit kepala sachet menjadi pertolongan pertama pada pusing sakit kepala dalam bentuk sirup cair herbal terbuat dari 100% bahan herbal alami dengan sertifikasi Obat Herbal Terstandar (OHT) oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Project Solution:

Kandi Imaji selaku Public Relations dari Bodrex Herbal membantu Perusahaan untuk menyusun strategi komunikasi dan menjembatani komunikasi lebih luas lagi dengan media. Siaran pers mengenai penjelasan Bodrex Herbal berhasil dimuat oleh 67 media. Terdiri dari 3 media cetak dan 64 media online, dengan 100% tone positif dan total PR Value mencapai Rp3,019,560,000.



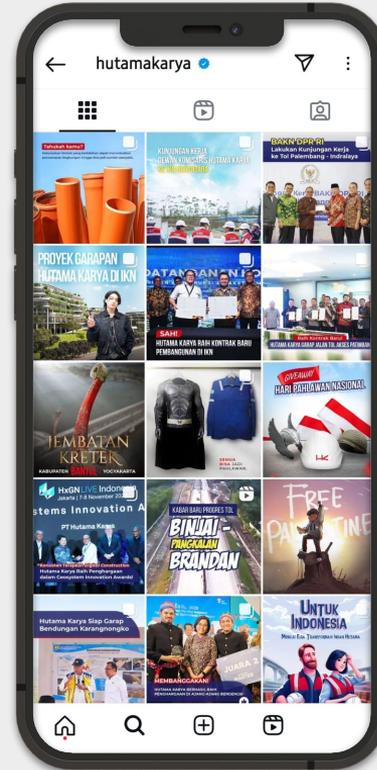
Social Media & Content Management Hutama Karya 2023

Project Description:

Hutama Karya ingin menghadirkan konten update proyek dengan cara yang lebih clean. Dan ingin meraih perhatian audiens yang lebih muda di social media, khususnya untuk mahasiswa teknik sipil.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi visual yang mengutamakan foto dengan headline yang lebih singkat agar foto/visual lebih menonjol. Untuk strategi komunikasi terhadap audiens yang lebih muda dengan membuat postingan yang dekat dengan habit target audiens, seperti: riding the wave, meme, konten edukasi, dan giveaway.



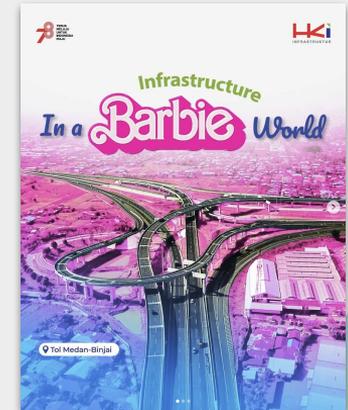
Social Media & Content Management Hutama Karya Infrastruktur (HKI)

Project Description:

Sebagai bagian dari aktivitas corporate branding, Hutama Karya Infrastruktur (HKI) membutuhkan strategi komunikasi digital melalui media sosial untuk menjalin hubungan dengan para stakeholdernya dan mendukung eksternal audiens perusahaan. Oleh sebab itu, perencanaan konten yang *out of the box* sangat dibutuhkan dalam project ini.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat perencanaan dan strategi content yang menarik, edukatif, informatif dan menghibur guna menjawab tantangan di atas dengan penerapan pilar konten yang *relate* dengan industri infrastruktur, menjalankan program aktivasi untuk meningkatkan interaksi, namun tetap dinamis mengikuti tren-tren terkini yang sedang hype di *platform* media sosial.



Social Media & Content Management Nourishskin

Project Description:

Nourishskin adalah brand di kategori beauty dari PT Pharos Indonesia. Dimana social media adalah salah satu kanal komunikasi utama yang digunakan untuk menyampaikan product knowledge dan juga informasi seputar kesehatan kulit atau wajah bagi audiens. Nourishskin merasa perlu meningkatkan awareness dan juga kualitas komunikasi di social media untuk bisa bersaing di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Project Solution:

Kandi Imaji membuat strategi konten dengan melakukan riset yang mendalam untuk mendapatkan pain point dari target market Nourishskin yang kemudian diturunkan menjadi salah satu pillar konten di social media, selain konten tentang product knowledge. Hal tersebut sangat diperlukan sehingga komunikasi yang dilakukan di social media Nourishskin menjawab kebutuhan target market. Selain itu konten riding moment, giveaway, penyampaian komunikasi secara casual serta kombinasi treatment visual yang menggunakan image dan juga short video terus digunakan, hal tersebut menjadikan konten yang dibuat semakin relevan & audiens merasa dekat, sehingga hasilnya followers terus meningkat dan engagement rate yang juga sangat baik.



Social Media & Content Management Tinc

Project Description:

Tinc adalah sebuah startup accelerator dari Telkomsel. Guna memaksimalkan komunikasi dan menggaet peserta startup, Tinc ingin memaksimalkan digital asetnya untuk menjadi sumber informasi segala hal yang berkaitan dengan dunia startup.

Project Solution:

Untuk memaksimalkan utilisasi digital asset dari Tinc, Kandi Imaji menerapkan sejumlah strategi dan tactic diantaranya membuat konten-konten bersifat edutainment dan juga memanfaatkan social media ads guna menjangkau audience yang lebih luas ke seluruh kota-kota di Indonesia.



Social Media & Content Management Jelajahin

Project Description:

Jelajahin merupakan travel management dari Hotel Indonesia Natour (HIN), dan dengan terbukanya keran pariwisata di Indonesia, Jelajahin ingin mengajak target marketnya untuk kembali travelling dengan menawarkan paket-paket wisata ke sejumlah destinasi wisata dan event-event bergengsi.

Project Solution:

Untuk menjawab tantangan tersebut, Kandi Imaji menggunakan strategi konten yang khusus mengangkat sejumlah Destinasi Pariwisata Sangat Prioritas (DPSP), memanfaatkan social media ads dan bekerja sama dengan beberapa influencers yang masuk dalam kategori lifestyle dan travelling.



THANK YOU



Rawa Bambu I, Jl. B No. 9B RT 6 RW 6,
Pasar Minggu Jakarta Selatan 12520



www.kandi-imaji.com



Kandi Imaji



08111983834



Kandi Imaji



08111983834



kandi_imaji