

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK MELALUI PROGRAM BEASISWA IDCLOUDHOST 2023

Oleh : Vinolawati

Pembimbing: Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The 2023 IDCloudHost Scholarship Program is a program in collaboration with Telkom University to finance further studies in undergraduate programs at Telkom University colleges. The 2023 IDCloudHost Scholarship is utilized by PT. Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost) as a product marketing strategy sees many applicants for the IDCloudHost scholarship program from year to year. This research aims to analyze the formulation, understand implementation, and examine the evaluation of communication strategies in product marketing through the IDCloudHost 2023 scholarship program.

This research uses Fred R. David's strategy concept, which is divided into three stages. Uses qualitative methods to produce descriptive data. Meanwhile, determining research subjects uses purposive techniques. There were 7 informants in this study. Data collection techniques in this research were through interviews, observation and documentation. Then for data analysis techniques use the analysis proposed by Miles and Huberman includes data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity checking techniques include triangulation and participation.

The results of this research show that in the formulation, the communicator was Event & Program staff and someone recruited by IDCloudHost. Communicants are high school, vocational school graduates, gap year students, and first-semester students with a maximum age of 22 years. The message is information about scholarships and products that IDCloudHost has. The media used are Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube, website and email. The effect is that the information is conveyed well by the audience and the targets that IDCloudHost wants to achieve are met. The implementation is creating content in all media, launching advertisements, holding events, and distributing marketing emails. The next evaluation is to be able to compare the increase from year to year and conduct a survey to find out how much the number of applicants for the 2023 IDCloudHost scholarship has increased.

Keywords: *Communication Strategy, Product Marketing, IDCloudHost Scholarship Program 2023.*

PENDAHULUAN

Beasiswa adalah pemberian berupa bantuan keuangan yang diberikan kepada perorangan yang bertujuan untuk digunakan demi keberlangsungan pendidikan yang ditempuh (Lahinta, 2019). Beasiswa IDCloudHost 2023 menjadi salah satu contoh terkini tentang bagaimana inisiatif beasiswa dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi siswa yang ingin mengejar pendidikan tinggi. Program Beasiswa IDCloudHost tidak hanya menjadi sumber bantuan finansial semata, melainkan juga merupakan gerbang bagi para siswa untuk memiliki pengalaman di dunia kerja dengan PT Cloud Hosting Indonesia dan membekali siswa dengan wawasan praktis dan keterampilan langsung di industri.

Strategi komunikasi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, dan sasaran dengan cara menjaga menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan acaman yang dihadapi di pasaran (Adisaputro, 2010). Strategi komunikasi pemasaran produk IDCloudHost telah terbukti berhasil. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan dan start-up yang berlangganan dengan IDCloudHost.

PT. Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost) menawarkan produk seperti cloud VPS, wordpress, dan website instan yang memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam konteks pendidikan dan

pengembangan keterampilan teknologi. tepat dapat menghindarkan

Dalam proses pemasaran melalui program beasiswa, peserta pendaftar diharuskan melakukan login melalui website resmi IDCloudHost, sehingga email mereka secara otomatis terdaftar dan data mereka tersimpan. . Selain itu, pada proses seleksi wawancara peserta pendaftar beasiswa wajib memiliki wawasan terkait perusahaan terutama terkait produk karena akan di tanyakan ketika proses seleksi wawancara. Hal ini dimanfaatkan IDCloudHost dalam memasarkan produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023.

Meskipun memungkinkan untuk menjangkau target pasar secara efektif melalui program beasiswa, tim IDCloudHost perlu merancang strategi komunikasi dalam pemasaran produk untuk memastikan kesuksesan dalam mencapai target audiens.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka peneliti menemukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perumusan startegi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023?
2. Bagaimana implementasi startegi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023?
3. Bagaimana evaluasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di atas adalah :

1. Untuk menganalisis perumusan strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCcloudHost 2023.
2. Untuk memahami implementasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCcloudHost 2023.
3. Untuk mengkaji evaluasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCcloudHost 2023.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Strategi merupakan proses menetapkan tujuan jangka panjang perusahaan, merumuskan arah tindakan, dan memperoleh sumber daya yang diperlukan guna mencapai tujuan tersebut (Stephen Robbins, 1990). Menurut Onong Uchjana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, strategi secara terminologis dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

Komunikasi

Menurut Carl Hovland, Janis & Kelley, komunikasi merupakan suatu proses di mana seorang individu yang berperan sebagai komunikator menyampaikan stimulus, biasanya dalam bentuk kata-kata, kepada audiens (Vardiansyah, 2008). Menurut Harrold Lasswell, keberhasilan komunikasi bergantung

pada keberadaan unsur-unsur atau komponen komunikasi, termasuk di antaranya adalah :

- a. Komunikator
- b. Komunikan
- c. Pesan
- d. Media
- e. Efek

Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam karyanya yang berjudul "Dimensidimensi Komunikasi", diungkapkan bahwa strategi komunikasi berfungsi sebagai pedoman dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communications management) dengan tujuan mencapai suatu target tertentu.

Strategi komunikasi secara prinsipnya merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen strategi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, pendekatan manajemen strategi menurut Fred R. David dengan tiga tahapan yaitu:

- a. Perumusan strategi,
- b. Implementasi strategi
- c. Evaluasi strategi

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller, 2007). Tujuan dari pemasaran adalah agar penjual memiliki pemahaman yang

mendalam terhadap konsumen sehingga produk atau layanan yang disajikan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat terjual dengan lancar (Sunyoto, 2013).

Strategi pemasaran adalah landasan pemasaran di mana unit bisnis berusaha menciptakan nilai dan meraih keuntungan dari interaksi dengan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2015). Strategi pemasaran merupakan usaha untuk memasarkan produk, baik berupa barang maupun jasa, dengan merancang rencana dan taktik tertentu guna meningkatkan jumlah penjualan.

Jenis-jenis model komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk yang dipasarkan. Terdapat lima model komunikasi dalam pemasaran yaitu :

- a. Iklan
- b. Penjualan tatap muka
- c. Promosi penjualan
- d. Hubungan masyarakat dan Publisitas
- e. emasaran langsung

Beasiswa IDCloudHost

Program Beasiswa merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan kepada dunia pendidikan Indonesia dengan memberikan beasiswa kepada pelajar yang memiliki prestasi akademik yang baik. Tujuan lainnya adalah mencari sumber tenaga kerja yang baik dalam pengetahuan dan sikap untuk menunjang kebutuhan dan pertumbuhan organisasi perusahaan. Maka dari itu, IDCloudHost bekerja sama dengan Telkom University

untuk menyelenggarakan beasiswa pendidikan ini.

Program Beasiswa IDCloudHost 2023 adalah salah satu bentuk kontribusi IDCloudHost di dunia pendidikan yang bekerja sama dengan Masuk Kampus dan Telkom University (PTS terbaik No.1 Indonesia) untuk pembiayaan studi lanjut pada program S1 di perguruan tinggi Telkom University (IDCloudHost, n.d.). Beasiswa ini dikhususkan bagi lulusan SMA sederajat yang ingin melanjutkan kuliah dan memiliki cita-cita yang tinggi, bertujuan untuk mendukung ketersediaan pemuda/i Indonesia yang mempunyai jiwa kepemimpinan dan mempunyai visi misi untuk bangsa Indonesia yang kuat sebagai pemimpin masa depan. Program beasiswa ini resmi dan sudah berkolaborasi bersama SMB (Seleksi Masuk Bersama) Telkom University.

Manfaat beasiswa IDCloudHost tidak hanya sebatas pendanaan penuh untuk membantu Anda mencapai cita-cita dan meraih masa depan cemerlang. Para peraih beasiswa juga akan mendapatkan kesempatan berharga untuk menambah pengalaman melalui pengenalan dunia kerja dengan *Targetting*

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Februari sampai April 2024. Lokasi Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Cloud Hoating Indonesia (IDCloudHost) yang beralamat di jalan Srikandi,

Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* yaitu menempatkan orang-orang yang berkaitan langsung dengan strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023.

Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi dengan cara melibatkan diri atau melalui teknik partisipasi dalam memperoleh data dengan cara terjun langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan perusahaan tersebut. Pada bagian ini peneliti mengamati strategi komunikasi pemasaran IDCloudHost. Selama melakukan observasi peneliti mengunjungi kantor IDCloudHost untuk menambah informasi yang sebenarnya.

Peneliti mewawancarai satu Marketing Supervisor, dua orang staff Marketing, dan empat orang penerima beasiswa IDCloudHost 2023. Teknik analisis data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Hiberman dan Miles yaitu model analisis data interaktif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Perumusan strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa Di IDCloudHost, terdapat dua jenis komunikator yang

berperan dalam menyampaikan informasi tentang program beasiswa. Pertama, ada talent yang dipilih oleh IDCloudHost. Selanjutnya, dalam menentuka komunikasi, program ini ditujukan kepada penerima pesan yang utamanya merupakan siswa kelas 12, peserta gap year atau siswa yang memiliki waktu jeda antara lulus SMA dan melanjutkan kuliah, lulusan SMA dan SMK, mahasiswa semester 1 dengan maksimal umur 22 tahun.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa Pesan yang disampaikan melalui pembuatan konten, iklan, event, dan email marketing yang dilakukan. Media yang digunakan, meliputi Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, YouTube, Website, dan Email marketing. Efek yang diharapkan adalah pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens dan tercapainya target pendaftar beasiswa yang telah ditetapkan. Selain itu, program beasiswa IDCloudHost 2023 juga bertujuan untuk memperkenalkan IDCloudHost sebagai penyedia infrastruktur digital kepada audiens yang tertarik dengan bidang tersebut.

2. Implementasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Implementasi strategi komunikasi dalam memasarkan produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023 mencakup beberapa langkah yang sangat rinci. Pertama, dalam pembuatan konten

melakukan penyebaran di berbagai media yang digunakan, seperti Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Twitter, Website, dan Email Marketing. Dalam penyebaran pesan melalui konten, proses ini memperhatikan konten pilar yang terdiri dari pilar edukasi, promo/produk, publikasi, dan hiburan. Dalam pembuatan konten juga harus memperhatikan caption. Proses pembuatan caption diambil dari pesan konten yang dihasilkan.

Kedua, pembuatan iklan yang disebar di media seperti Facebook dan Instagram. Pesan yang disampaikan pada iklan memperhatikan brief yang menggambarkan nilai tambah produk, dan manfaat yang ditawarkan secara jelas dan menarik. Iklan harus menggunakan elemen visual dan narasi yang menarik perhatian, dan waktu pengunggahan iklan harus disesuaikan dengan momen yang tepat,

Ketiga, terdapat penyelenggaraan event yang bertujuan untuk berinteraksi langsung dengan audiens serta membangun keterlibatan yang kuat. Berbagai jenis event dilakukan, seperti chit-chat dengan para penerima beasiswa untuk berbagi pengalaman terkait proses pendaftaran, live Instagram dengan pembicara yang memiliki pengalaman di bidang IT, dan IDCloudHost Talk yang mengundang narasumber di bidang tertentu untuk membahas informasi yang relevan seperti teknologi.

Keempat, terdapat pemanfaatan email marketing sebagai salah satu sarana utama berkomunikasi dengan audiens.

Proses dimulai dengan pengumpulan data email dari pendaftar beasiswa atau audiens umum melalui website, yang kemudian digunakan untuk membangun database email marketing. Data tersebut digunakan untuk mengirimkan pesan-pesan promosi produk, informasi terbaru tentang produk, penawaran khusus kepada pelanggan yang sudah ada, dan informasi terkait beasiswa IDCloudHost 2023 seperti proses seleksi beasiswa.

Terakhir, website yang dimiliki IDCloudHost menjadi sumber informasi yang lengkap dan beragam mengenai produk, program, bantuan informasi, dan konten blog yang edukatif. Melalui website, pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi terkait produk-produk yang ditawarkan, program-program yang sedang berlangsung, serta bantuan informasi terkait layanan yang disediakan.

3. Evaluasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Dalam evaluasi strategi penyebaran konten di berbagai platform media, tim IDCloudHost telah berhasil mencapai sejumlah kesuksesan, namun terdapat kekurangan dalam memanfaatkan momen-momen penting tertentu. Meskipun tim telah aktif dalam menyebarkan konten melalui platform-platform media sosial yang berbeda, seperti yang terlihat dari partisipasi mereka dalam pengumuman SNBT (Seleksi Nasional Berbasis Tes), namun momen penting lainnya, seperti pengumuman kelulusan tes tertulis di

universitas atau kegiatan serupa, kurang dimanfaatkan.

Strategi komunikasi yang diterapkan juga telah membawa dampak positif yang signifikan pada performa bisnis. Pertama, terjadi peningkatan yang nyata dalam jumlah penjualan produk, menandakan bahwa strategi komunikasi telah berhasil memengaruhi perilaku konsumen, mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Kedua, adanya peningkatan yang signifikan dalam jumlah email dalam database yaitu dari 25.000 pada November – Desember 2022 menjadi 55.000 pada Januari – Juni 2023 (masa kampanye). Ketiga, partisipasi yang lebih aktif dari pendaftar beasiswa menunjukkan bahwa strategi komunikasi telah berhasil dalam menarik minat dan keterlibatan audiens target, menghasilkan peningkatan yang berarti dalam jumlah pendaftar.

Pembahasan

1. Perumusan strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Perumusan strategi komunikasi merupakan langkah kunci dalam tahap perencanaan, dimana tujuannya adalah untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Hariadi, 2003). Dalam konteks ini, strategi komunikasi melibatkan pemilihan atau penentuan komunikator, pesan, media, komunikasi, dan efek yang diharapkan (Cangara, 2013). Dengan demikian, strategi ini membantu

dalam mengidentifikasi siapa yang akan mengomunikasikan pesan, pesan apa yang akan disampaikan, melalui media apa, kepada siapa, dan dengan tujuan apa. Hal ini memungkinkan perencana untuk merancang pendekatan yang tepat dan efektif dalam berkomunikasi, sehingga memaksimalkan kemungkinan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan

2. Implementasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Implementasi mengacu pada aktivitas, tindakan, atau strategi yang dilakukan untuk menyelaraskan mekanisme suatu sistem. Hal ini upaya terencana yang bertujuan mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, implementasi tidak hanya bersifat aktivitas semata, melainkan sebuah kegiatan terencana yang dilaksanakan dengan sungguh-sungguh berdasarkan acuan yang telah direncanakan sebelumnya (Nurdin Usman, 2002).

Implementasi strategi komunikasi dalam memasarkan produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023 mencakup beberapa langkah yang sangat rinci. Pada implementasi strategi komunikasi menerapkan rumusan strategi komunikasi seperti komunikator, komunikasi, pesan, media, dan efek. Pada implementasi mencakup pembuatan konten, iklan, pelaksanaan event, penggunaan email marketing, dan website.

3. Evaluasi strategi komunikasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023

Evaluasi merupakan tahap terakhir dalam penerapan strategi. Evaluasi adalah kegiatan yang direncanakan berdasarkan kriteria tertentu untuk menilai apakah suatu proses perkembangan telah berjalan dengan semestinya dan apakah tujuan pendidikan telah tercapai melalui program kegiatan yang telah dilakukan (Slameto, 2001).

Dalam evaluasi strategi penyebaran konten di berbagai platform media, tim IDCloudHost telah berhasil mencapai sejumlah kesuksesan, namun terdapat kekurangan dalam memanfaatkan momen-momen penting tertentu. Meskipun tim telah aktif dalam menyebarkan konten melalui platform-platform media sosial yang berbeda. Strategi komunikasi yang diterapkan juga telah membawa dampak positif yang signifikan pada performa bisnis.

KESIMPULAN

Simpulan

Dari penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik simpulan yaitu :

- a. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Perumusan strategi komunikasi menjadi landasan awal dalam merencanakan dan mengimplementasikan program beasiswa sebagai bagian dari upaya pemasaran produk. Pada tahapan ini, tim marketing

IDCloudHost melakukan perencanaan dengan melihat unsur-unsur komunikasinya, seperti siapa komunikatornya, apa pesannya, media apa yang digunakan, sasaran komunikannya, dan bagaimana efeknya.

- b. Implementasi strategi komunikasi dalam pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023 dilakukan dengan menyebarkan pesan dengan memanfaatkan media online seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, Website, dan Email Marketing. Informasi atau pesan yang disampaikan yaitu seputar beasiswa, produk/promo, dan edukasi terkait teknologi dan bisnis yang berhubungan dengan produk/promo. Pesan yang disampaikan dalam bentuk pembuatan konten post, video, live instagram, iklan, event, dan email marketing.
- c. Dalam tahap evaluasi strategi, harus memeriksa secara cermat apakah semua langkah yang telah dilaksanakan sesuai rencana atau belum. Berdasarkan hasil evaluasi, tim IDCloudHost harus lebih memperhatikan jadwal tayang konten dengan mengikuti momen tertentu seperti jadwal kelulusan tes perguruan tinggi. Selain itu, program beasiswa IDCloudHost 2023 berjalan lancar dan berhasil mencapai target yang ditetapkan.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan penelitian dan membahas masalah tentang strategi komunikasi

pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, di antaranya :

- a. Sebaiknya keberadaan media sosial ini tetap digunakan dengan maksimal sehingga mampu mempertahankan eksistensi IDCloudHost. Selain itu, komunikator hendaknya melakukan penyampaian pesan secara langsung seperti ke sekolah-sekolah agar dapat menjangkau audiens secara langsung dan efektif.
- b. Pada implementasi pemasaran produk melalui program beasiswa IDCloudHost 2023 hanya dilakukan secara online dengan memanfaatkan platform digital untuk mencapai audiens yang lebih luas. Namun, integrasi pendekatan offline, khususnya melalui kampanye di sekolah-sekolah, dapat meningkatkan efektivitas kampanye dengan menciptakan keterlibatan yang lebih personal dengan calon pelanggan, terutama siswa sekolah menengah.
- c. Diharapkan IDCloudHost untuk lebih aktif memanfaatkan momen-momen penting dalam menyebarkan konten agar dapat meningkatkan distribusi dan penerimaan pesan yang lebih luas. Selain itu, diharapkan IDCloudHost untuk selalu konsisten dan terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan terbaiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambo, A. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Mattuju Indonesia Dalam Memasarkan Produk Kreatif Photography, Cinematography Dan Digital Agency Di Makassar (Vol. 53).
- Andiwi, M. (2023). Buku strategi komunikasi, mobilitas sosial serta perubahan perilaku indonesia timur.
- Bungin, B. (2011). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Damsar. (2011). Pengantar Sosiologi Pendidikan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Elvinaro, A. B. Q. (2007). Filsafat Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Rema Rosdakarya.
- Faisal, D. (2020). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak Dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah.
- Fred R. David. (2009). Strategic Management: concept and cases twelfth edition (concept an). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hafied, C. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Edisi 2017). Rajawali Pers, 2017.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). Strategi Komunikasi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Surabaya Dalam Menangani Keluhan Pelanggan.
- Muhammad, A. (2004). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.

Ramdani, H. (2012). Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kesehatan Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Mengkampanyekan Program Rokok.

Roudhonah. (2007). Ilmu Komunikasi. Jakarta: UIN Jakarta Press.