

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL
YOUTUBER HIMAWARI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Jethro Jeconiah

00000032697

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL

YOUTUBER HIMAWARI



SKRISPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jethro Jeconiah

00000032697

UMN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jethro Jeconiah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000032697

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PERANCANGAN DIGITAL KAMPANYE AGENSI VIRTUAL YOUTUBER HIMAWARI

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, Juni 2022



(Jethro Jeconiah)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL YOUTUBER HIMAWARI

Oleh

Nama : Jethro Jeconiah

NIM : 00000032697

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Juni 2022

Pukul 16.00 s/d 17.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengaji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Pengaji



Chininta R. Angelia S.I.Kom., M.Si

NIDN : 0320079201

Pembimbing



Theresia L.V. Lolita, M.I.Kom

NIDN : 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN : 0304078404

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Inco Harry Perdana S. I. Kom., M. Si.
NIDN : 030811706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jethro Jeconiah
NIM : 00000032697
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL YOUTUBER
HIMAWARI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Jethro Jeconiah)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya “Perancangan Kampanye Digital Agensi Virtual Youtuber Himawari” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Harry Perdana, S.I.Kom, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia L.V. Lolita, M.I.Kom., sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kepada Pimpinan Perusahaan PT. Mekar Bersama Bunga yaitu Bunga atas kerjasama yang dilakukan untuk terciptanya perancangan dan pelaksanaan kampanye digital ini.
6. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Alexandra Audrey, sebagai pasangan yang selalu mendampingi, mengingatkannya serta membantu memberikan kritik dan saran agar selesai tugas akhir ini. *I love you.*

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Jethro Jeconiah)

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL YOUTUBER

Jethro Jeconiah

ABSTRAK

Beragam konten yang dibuat oleh YouTuber membuat masyarakat khusus generasi muda semakin menggemari YouTube untuk menonton konten yang terdapat di dalamnya. Fenomena ini dilihat banyak orang dan membuat jumlah Youtuber semakin meningkat. Virtual youtuber pertama kali dipakai oleh Kizuna Ai dengan kanal YouTube bernama "A.I Channel" yang berasal dari Jepang dan mulai mengunggah konten pada tahun 2016. Himawari adalah agensi *virtual youtuber* yang berbasis dari Indonesia. Kampanye yang dilakukan akan mengambil tema "We Are Himawari" yang ingin menunjukkan kepada audiens di Instagram bahwa Himawari adalah agensi baru yang ingin melebarkan sayapnya ke sosial media Instagram. Tujuan karya kampanye digital yang dibuat adalah guna meningkatkan *brand awareness* Himawari sebagai agensi dari virtual youtuber. Konsep yang dipakai sebagai acuan utama adalah *digital marketing strategy*. Kesimpulan akhir dari perancangan kampanye digital agensi virtual youtuber Himawari dapat menjadi landasan untuk meningkatkan *brand awareness* lewat kampanye digital di Instagram.

Kata kunci: *agensi virtual youtuber, kampanye digital, Instagram*



PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL AGENSI VIRTUAL YOUTUBER HIMAWARI

Jethro Jeconiah

ABSTRACT

The variety of content created by YouTubers makes people especially the younger generation more fond of YouTube to watch the content contained in it. This phenomenon is seen by many people and makes the number of Youtubers increase. The virtual youtuber was first used by Kizuna Ai with a YouTube channel called "A.I Channel" which came from Japan and started uploading content in 2016. Himawari is a virtual youtuber agency based in Indonesia. The campaign carried out will take the theme "We Are Himawari" which wants to show the audience on Instagram that Himawari is a new agency that wants to spread its wings to Instagram social media. The purpose of the digital campaign work created is to increase Himawari's brand awareness as an agency for virtual YouTubers. The concept used as the main reference is the digital marketing strategy. The final conclusion of designing a digital campaign for the Himawari virtual agency, YouTuber, can be the basis for increasing brand awareness through digital campaigns on Instagram.

Keywords: *youtuber virtual agency digital campaign Instagram*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya.....	4
1.3 Kegunaan Karya.....	4
1.3.1 Kegunaan Praktis.....	4
1.3.2 Kegunaan Akademis	4
BAB II KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Konsep yang digunakan	8
2.2.1 Digital Campaign	8
2.2.2 Digital Marketing Strategy	9
2.2.3 Media Sosial.....	10
2.2.4 Social Media Campaign	11
2.2.5 Aplikasi Instagram	12
2.2.6 Tolak Ukur Kampanye	13
2.2.7 Copywriting	14
2.2.8 Grid System.....	16
BAB III RANCANGAN KARYA.....	21
3.1 Tahapan Pembuatan	21
3.1.1 Instagram Feed	25
3.1.2 Instagram Story	28
3.1.3 Instagram Reels	31
3.1.4 Instagram Video	34
3.2 Anggaran	37
3.3 Target Luaran/Publikasi	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Pelaksanaan	40

4.1.1	Instagram Feed	40
4.1.2	Hasil Instagram Feed	42
4.1.3	Instagram Story	44
4.1.4	Hasil Instagram Story	44
4.1.5	Instagram Video	45
4.1.6	Hasil Instagram Video	46
4.1.7	Instagram Reels	48
4.1.8	Hasil Instagram Reels	49
4.2	Evaluasi	50
BAB V	KESIMPULAN SARAN.....	57
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Saran.....	59
5.2.1	Saran untuk Universitas	59
5.2.2	Saran untuk Perusahaan	59
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN.....		xvi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Himawari dan kompetitornya.....	3
Tabel 2.1 Karya terdahulu.....	6
Tabel 2.2 Tabel ukuran Instagram Feed.....	12
Tabel 2.3 Tabel ukuran Instagram Story.....	13
Tabel 2.4 Tabel ukuran Instagram Reels.....	13
Tabel 3.1 Elemen warna kampanye digital We Are Himawari	23
Tabel 3.4 Perancangan konsep Instagram Reels	34
Tabel 3.5 Perancangan konsep Instagram Video	35
Tabel 3.6 Anggaran kampanye digital	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Meta message strategy	10
Gambar 2.2 Baseline grid.....	17
Gambar 2.3 Symmetrical grid.....	17
Gambar 2.4 Modular Grid.....	18
Gambar 2.5 Manuscript Grid	18
Gambar 2.6 Hierarchical Grid.....	19
Gambar 2.7 Asymmetrical Grid.....	19
Gambar 2.8 Marber Grid.....	20
Gambar 2.9 Compound Grid.....	20
Gambar 3.1 Key message dan pesan turunan kampanye digital	22
Gambar 3.2 Instagram Feed dan Instagram Video template	24
Gambar 3.3 Instagram Story dan Instagram Reels template	24
Gambar 3.4 Logo Himawari	25
Gambar 3.5 Referensi Instagram Feed	25
Gambar 3.6Referensi Instagram Story	28
Gambar 3.7 Referensi Highlight Instagram	29
Gambar 3.8 Referensi Instagram Reels 1,2, dan 5	32
Gambar 3.9 Referensi Instagram Reels 4.....	33
Gambar 3.10 Referensi Instagram Video	35
Gambar 3.11 Alur perancangan kampanye digital.....	37
Gambar 4.1 Content plan kampanye digital Himawari.....	41
Gambar 4.2 Desain Insagram Feed 1	42
Gambar 4.3 Instagram Story 1-5	45
Gambar 4.4 Instagram Video 3	47
Gambar 4.5 Instagram Reels 3	50
Gambar 4.6 Data insight Instagram Himawari (@idhimawari)	51
Gambar 4.7 Data account reached Instagram Himawari (@idhimawari)	52
Gambar 4.8 Data account reached Instagram Himawari (@idhimawari)	53
Gambar 4.9 Content reach Instagram Himawari (@idhimawari)	54
Gambar 4.10 Content Interaction Instagram Himawari (@idhimawari)	55

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat izin kegiatan	xvi
Lampiran B. Formulit Konsultasi Tugas Akhir	xvii
Lampiran C. Bukti Turnitin	xviii
Lampiran D. Perancangan konsep Instagram Feed	xxii
Lampiran E. Perancangan konsep Instagram Story	xxiii
Lampiran F. Hasil akhir Instagram Feed.....	xxiv
Lampiran G. Hasil akhir Instagram Story	xxvi
Lampiran H. Hasil akhir Instagram Video	xxviii
Lampiran I. Hasil akhir Instagram Reels	xxix
Lampiran J. Storyboard Instagram Reels 1	xxx
Lampiran K. Storyboard Instagram Reels 2, 3, dan 5	xxxi
Lampiran L. Storyboard Instagram Reels 6	xxxii
Lampiran M. Storyboard Isntagram Reels 4	xxxiii
Lampiran N. Bukti pelaksanaan Instagram Feed	xxxiv
Lampiran O. Bukti pelaksanaan Instagram Video	xxxv
Lampiran P. Bukti pelaksanaan Instagram Story	xxxvi
Lampiran Q. Bukti pelaksanaan Istagram Reels	xxxvii
Lampiran R. Overview akun Instagram @idhimawari	xxxviii
Lampiran S. CV Jethro Jeconiah.....	xxxix

