

BAB III

Rancangan Karya

3.1 Tahapan Pembuatan

Penulis merancang *Digital Campaign* yang bertemakan Kejahatan Plagiarisme #StopPlagiat melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Tetapi sebelum mengimplementasikan 3 tahapan alur produksi, dikutip dari Holtzhausen (2021) dalam buku berjudul “*Principles of Strategic Communication*” mengatakan bahwa sangat penting untuk menjabarkan dengan jelas langkah – langkah dalam dalam proses perencanaan strategis. Terdapat tiga komponen tahap dasar yang perlu diperhatikan karena menciptakan dasar yang stabil dan kuat untuk rencana strategis sebuah kampanye digital. Berikut merupakan penjabarannya.

1. *Foundation* (Vision, Mission & Values)

Hal pertama yang dilakukan dalam pelaksanaan kampanye digital ini adalah dengan menjabarkan visi, misi dan nilai - nilai yang akan diterapkan pada kampanye #StopPlagiat.

- *Vision*

“Kegiatan akademis minim plagiarisme”

- *Mission*

#StopPlagiat menyediakan konten edukatif, informatif terkait plagiarisme dan cara pencegahannya dikemas dalam wujud yang kreatif dan mudah untuk dipahami.

- *Values*

Nilai yang dapat diberikan dari kampanye digital #StopPlagiat merupakan (menghargai sebuah karya, komitmen untuk memberikan informasi edukasi tentang plagiarisme dan meningkatkan kesadaran tentang kejahatan akademik yaitu plagiarisme).

2. **Application** (*Problem Identification & Objective Setting*)

Setelah melakukan penjabaran visi, misi dan nilai - nilai yang akan diterapkan pada kampanye #StopPlagiat, penulis melakukan tahap *Problem Identification & Objective Setting* dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui masalah yang akan dihadapi dan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi masalah tersebut. Berikut merupakan penjabarannya

- **Strengths** (*Internal Opportunities*)

Menjadi satu satunya aktivitas kampanye dengan tema yang terfokus plagiarisme yang diadakan di media sosial khususnya Instagram yang memungkinkan untuk mendapatkan perhatian lebih dari pengguna media sosial Instagram karena melihat suatu hal yang baru yaitu kampanye #StopPlagiat di media sosial Instagram.

- **Weakness** (*Internal Challenges*)

Dalam kegiatan kampanye #StopPlagiat penulis menyadari kekurangan dalam hal teknis untuk mendesain konten agar dapat diterima target audiens, karena kegiatan ini dilakukan oleh individu, yang berarti konten yang diterbitkan merupakan taste dari penulis sendiri tanpa ada campur tangan ahli dan Insight dari orang luar.

- **Opportunities** (*External Opportunities*)

Peluang bagi kegiatan kampanye #StopPlagiat yang penulis laksanakan merupakan dapatnya izin dalam mengajak UMN sebagai *media partner* dalam publikasi konten #StopPlagiat di @universitasmultimedianusantara. Dapat dipastikan followers @universitasmultimedianusantara merupakan mahasiswa dan calon mahasiswa yang sesuai dengan target audiens kampanye #StopPlagiat. Sehingga dapat memaparkan konten plagiarisme sesuai ranahnya yaitu ranah akademis.

- **Threats** (*External Challenges*)

Ancaman bagi kegiatan kampanye #StopPlagiat merupakan rendahnya minat kunjungan ke akun @yukstopplagiat atau kurangnya kesadaran merek sebagai tempat publikasi kampanye

dikarenakan akun Instagram @yukstopplagiat merupakan akun baru dan tidak melakukan tindak pengiklanan apapun.

3. *Implementation*

Pada tahapan implementasi ini, terdapat delapan langkah agar kegiatan kampanye dapat dilakukan dengan strategi yang jelas dan dapat terimplementasi dengan matang. Berikut adalah penjabaran delapan tahap implementasi.

- ***Research***

Pada tahapan ini penulis melakukan tahapan riset dimana penggalian informasi mengenai plagiarisme dan solusi menghindari plagiarisme dilakukan untuk mendukung kegiatan kampanye, dan mengimplementasikan informasi yang didapat menjadi konten untuk kegiatan kampanye.

- ***Stakeholder Segmentation***

Dalam tahapan ini, penulis merumuskan bahwa target audiens yang akan disasar merupakan mahasiswa aktif dengan usia 18-24 tahun dan SES level A-B-C tersebar di daerah JABODETABEK.

- ***Message Strategy***

Melalui tahapan sebelumnya dimana menceritakan jelas tentang segmentasi yang akan dituju, maka pesan yang ingin disampaikan disesuaikan dengan segmentasi yang sudah ditetapkan, yaitu mahasiswa. Dimana pesan yang ingin disampaikan menggunakan gaya bahasa yang mudah dimengerti dan biasa digunakan mahasiswa.

- ***Tactics***

Taktik yang digunakan dalam kampanye #StopPlagiat di media sosial Instagram adalah dengan mengunggah konten menggunakan 3 fitur yang disediakan Instagram yaitu Instagram *Feeds*, *Story* dan *Reels*. Tiga fitur tersebut merupakan fitur Instagram yang semua penggunanya nikmati.

- ***Timeline***

Alur waktu pelaksanaan kampanye #StopPlagiat di akun Instagram @yukstopplagiat ditetapkan selama 2 minggu 2 hari dimulai dari tanggal 16 sampai 31 Desember, diikuti dengan pelaksanaan kampanye #StopPlagiat di akun Instagram @universitasmultimedianusantara selama empat hari dimulai dari tanggal 24 sampai 27 Desember 2022.

- ***Budget***

Penggunaan budget dalam kampanye #StopPlagiat dialokasikan untuk membayar jasa edit konten Instagram *Feeds*, dikarenakan keterbatasan waktu dan ide desain dari penulis. Biaya yang dikeluarkan untuk jasa edit dan desain konten sebesar Rp500.000,00.

- ***Human Resources***

Dalam kegiatan kampanye #StopPlagiat penulis memerlukan bantuan teman untuk ikut serta dalam pemaparan kampanye dengan cara follow Instagram kampanye @yukstopplagiat, yang penulis sebarkan ke banyak group berisi rekan - rekan dan keluarga yang penulis punya. Tidak lupa untuk melakukan promosi di akun Instagram pribadi penulis terkait akun kampanye @yukstopplagiat.

- ***Measurable Result***

Dalam tahap ini penulis harus dapat mengukur keberhasilan sebuah kampanye dengan patokan yang jelas dan realistis. Penulis menggunakan KPI atau *Key Performance Indicator* (Soemohadiwidjojo, 2015). untuk menjadi tolak ukur keberhasilan kampanye #StopPlagiat. Dikarenakan penulis membuat akun Instagram baru khusus kampanye, maka target yang penulis tetapkan dan ingin capai adalah lebihnya jumlah reach dibandingkan dengan followers yang akun Instagram @yukstopplagiat punya. Sama halnya dengan pelaksanaan kampanye di akun Instagram @universitasmultimedianusantara yang penulis tetapkan dan ingin

capai adalah lebihnya jumlah reach dibandingkan dengan followers yang dimiliki.

Dilanjutkan dengan teori pendukung dalam melaksanakan kampanye digital ini didasari oleh teori dari Simon Kingsnorth (2019) pelaksanaan pemasaran digital memerlukan dasar yang kuat agar suatu pemasaran digital dapat lebih terstruktur, jelas dalam tujuan dan tepat pada target yang dituju.

Maka dari itu, sebelum berjalannya pembuatan konten akan dibuat perancangan strategi penerapan kampanye #StopPlagiat terlebih dahulu. Sesuai dengan model konsep Simon Kingsnorth (2016, p. 97) berikut adalah penjelasannya.

1. Vision

“Kegiatan akademis minim plagiarisme”

2. Mission

#StopPlagiat menyediakan konten edukatif, informatif terkait plagiarisme dan cara pencegahannya dikemas dalam wujud yang kreatif dan mudah untuk dipahami..

3. Goals

Meningkatkan *awareness* tentang kejahatan plagiarisme di ranah pendidikan masyarakat Indonesia dengan target audiens yang berumur 18 - 24 tahun.

4. Objectives

Konten kampanye #StopPlagiat dapat terpapar dan menjangkau akun - akun Instagram selama kegiatan kampanye berlangsung.

5. Strategies

Strategi dari perencanaan kampanye digital pada media sosial Instagram dengan tema #StopPlagiat dimulai dari perancangan konsep, materi konten, desain konten, serta perancangan timeline konten yang bertujuan untuk mengatur jadwal masuknya konten baru pada Instagram @yukstopplagiat untuk meningkatkan *awareness* pada kejahatan plagiarisme dikemas dalam beberapa

jenis konten Instagram *Feeds*, *Story* dan *Reels* yang berisi tips, hiburan dan edukasi.

6. Action Plans

Pelaksanaan kampanye #StopPlagiat dimulai dengan perancangan konsep kampanye, pembuatan 65 materi konten, proses produksi dan mendesain konten lalu posting selama waktu yang telah disiapkan di bulan Desember 2022 di dua akun Instagram yaitu @yukstopplagiat dan @universitasmultimedianusantara.

7. Execute, Evaluate, Evolve

Proses Pelaksanaan kampanye #StopPlagiat akan direalisasikan sesuai dengan perencanaan dan timeline yang sudah dibuat. Evaluasi dan evolusi akan dijelaskan dan dijabarkan setelah pelaksanaan kampanye telah selesai.

Dalam kampanye #StopPlagiat penulis menggunakan seluruh fitur Instagram diantara lain IG *Feed*, *Story*, dan *Reels* dengan rincian sebagai berikut:

- IG Feed 18 post
- IG Story 5 post/hari selama 1 minggu (total 35 Story)
- IG Reels 12 post

Seluruh tahapan pembuatan karya yang sudah dirumuskan akan dijelaskan lebih detail di 3 tahapan produksi yaitu tahapan *Pre-Production*, *Production* dan *Post Production* yang akan dijabarkan sebagai berikut.

3.1.1 Pre-Production

1. Membentuk Ide

Plagiarisme sudah ada sejak lama, tetapi sampai sekarang masih banyak ditemukan orang - orang yang membuat/menciptakan sesuatu dengan menjiplak atau memplagiat. Kurangnya kesadaran orang - orang terhadap plagiarisme membuat penulis berkeinginan untuk membuat kampanye digital bertemakan plagiarisme dikhususkan dalam bidang akademis. Mengetahui bahwa kampanye digital merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menyebarkan suatu ajakan atau informasi serta meningkatkan *awareness*, maka kampanye digital ini akan dilaksanakan melalui platform

media sosial Instagram dikarenakan target audiens dari *digital campaign* ini merupakan mahasiswa dan mahasiswi yang sudah dipastikan menggunakan media sosial di kehidupan sehari - harinya.

Karena kampanye digital ini mengangkat tema plagiarisme maka gambaran konten yang akan dibuat dan dipublikasikan dibagi menjadi beberapa tipe konten, yaitu:

1. Konten Pengenalan

Jenis konten ini berisi pada pengenalan tema kampanye ini, apa saja yang akan dibahas dan diterima oleh target audiens atau *followers*, bertujuan agar *followers* mengetahui apa maksud dan tujuan diadakannya kampanye digital ini.

2. Konten Informasi/Edukasi

Jenis konten informatif ini memfokuskan pada edukasi, pengenalan dan imbauan terhadap plagiarisme, membahas dari sisi para ahli, kategori plagiarisme, contoh kasus hingga sanksi atau hukuman bila didapati terjerat kasus plagiarisme.

3. Konten Interaksi

Jenis konten ini lebih diarahkan untuk berinteraksi dengan *followers* akun sosial media Instagram @yukstopplagiat supaya *followers* maupun target audiens akan merasa lebih dekat dengan akun @yukstopplagiat. Konten ini disajikan dalam bentuk IG *Story* dengan menggunakan fitur *question box*, *polling* dan *quiz*.

2. Riset

Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap kualitas akademik, penulis mencari tahu tentang tingkat plagiarisme yang ada di Indonesia dengan mencari informasi menggunakan internet untuk melihat apakah ada perubahan yang terjadi dari tempo hari sampai sekarang terkait plagiarisme.

Tetapi hampir semua berita terkait plagiarisme yang beredar, di Indonesia masih didapati tingkat plagiarisme yang tinggi, bahkan kian meningkat di masa pandemi. Bersumberkan berita dari Kompas.com (Harususilo, 2020), angka plagiarisme di Indonesia naik.

Dimana mahasiswa dan mahasiswi yang belajar di rumah bebas untuk mengakses sumber informasi dari internet tanpa adanya pengawasan. Memang keadaan pandemi ini memberi dampak positif, yaitu mahasiswa dapat lebih menghemat pengeluaran mereka untuk konsumsi maupun tempat tinggal seperti kos kosan maupun transportasi.

Tetapi karena mahasiswa dan mahasiswi dirumahkan, justru memicu terjadinya tingkat plagiarisme, terlebih tugas - tugas perkuliahan. Dikarenakan tidak adanya pengawasan, justru internet yang diakui sebagai sumber informasi dan pengetahuan yang dapat kita kembangkan, malah justru kita jiplak secara sengaja.

Dikarenakan pandemi yang memaksa mahasiswa dan mahasiswi untuk belajar di rumah, penulis ingin mengingatkan lagi agar mengasah kreativitas dan kemampuan diri sendiri dalam mengembangkan sebuah informasi, karya maupun hasil tulisan. Penulis menargetkan audiens di rentang usia 18-24 tahun yang tentunya masih memangu bangku pendidikan dan menggunakan media sosial khususnya Instagram di kehidupan sehari hari mereka.

3. Pembuatan Logo

Logo dibuat dengan tema Pendidikan dan didesain seminimal mungkin tanpa menyampingkan sebuah makna yang dalam. Logo berisikan gambar kepala manusia dari tampak samping, memiliki gambar otak dengan warna yang berbeda - beda dan kilat di sekitarnya.

Mengandung sebuah arti bahwa setiap individu memiliki keunikannya yang beragam, ide yang selalu baru dan selalu cepat berinovasi terhadap perkembangan, dapat dikaitkan dengan tema campaign ini bahwa

individu tidak seharusnya memplagiat, karena di dalam diri mereka banyak potensi kreativitas dan inovasi.

Di bawah gambar kepala manusia, terdapat hashtag kampanye digital yaitu #stopplagiat. Jika disimpulkan arti dari logo yang dibuat adalah bahwa kita sebagai mahasiswa dapat membuat karya yang original tanpa perlu adanya kegiatan plagiarisme.



Gambar 3.1 Logo Kampanye #StopPlagiat

Sumber: Olahan penulis (2022)

4. Persiapan Materi & Jadwal pelaksanaan

Dikarenakan penulis menggunakan *Digital Campaign* di *platform* media sosial Instagram, maka penulis harus menyiapkan materi - materi yang nantinya akan diunggah ke akun instagram pribadi #StopPlagiat yaitu @yukstopplagiat.

Materi yang akan diberikan secara garis besar antara lain berupa himbuan untuk tidak melakukan tindak plagiarisme, ajakan untuk mengasah kreatifitas, *fun facts* mengenai plagiarisme yang ada di seluruh dunia, *jokes* mengenai plagiarisme, kata kata inspiratif dari narasumber, hasil QnA dengan narasumber, interaksi dengan *viewers* dan contoh kasus plagiarisme yang terjadi di seluruh Indonesia sebagai bagian dari konten yang akan dibuat untuk digital campaign #stopplagiat di @yukstopplagiat.

Berikut merupakan materi yang akan diberikan dan disebarluaskan melalui *digital campaign* ini lewat kanal media sosial Instagram, dengan total 55 konten yang terdiri dari 18 *feeds*, 25 *story* dan 12 *reels*. Bertujuan agar *viewers* terpapar dengan penyampaian materi sehingga diharapkan

dapat meminimalisir terjadinya plagiarisme di bidang akademis. Rincian materi konten yang telah dibuat antara lain:

Tabel 3.1 Rincian Materi Konten #StopPlagiat

| No | Instagram Feeds | Instagram Reels | Instagram Story |
|----|---|---|--|
| 1 | Banner pengenalan kampanye #stopplagiat | Konten rekomendasi aplikasi <i>plagiarism checker</i> | - Cek feeds @stopplagiat yuk! -Tim ATM / buat dari awal nih? |
| 2 | Apa itu plagiarisme? | Cara menggunakan sitasi di gdocs online | -Tim Deadliner / kerjain langsung? -Menurut kalian, plagiarisme tuh apa sih? |
| 3 | Apa itu plagiarisme menurut para ahli? | Konten sanksi plagiarisme oleh UU | -Story pertanyaan yang di dapat dr Q box IG -Jawab pertanyaan viewers |
| 4 | Apa saja jenis plagiarisme? | Konten tipe tipe plagiarisme | -Tim ngerjain tugas di cafe/rumah/perpus? -Story hasil vote yang telah dibuka |
| 5 | Apa pemicu / faktor terjadinya tindakan plagiarisme? | Konten tips menghindari plagiarisme | - <i>Countdown</i> konten yang akan posting besok -Fakta tentang karya yang dituduh sebuah plagiat (akademis) |
| 6 | Apa saja yang dikategorikan sebagai plagiarisme akademis? | Konten jenis plagiarisme selain akademis | -Tim mandi atau gak mandi saat kelas online? -Rekomendasi aplikasi untuk <i>plagiarism check</i> |
| 7 | Sejarah awal plagiarisme | Konten syarat plagiarisme diperbolehkan | - <i>This or that (ebook/printed)</i> -Meme tentang pendidikan |

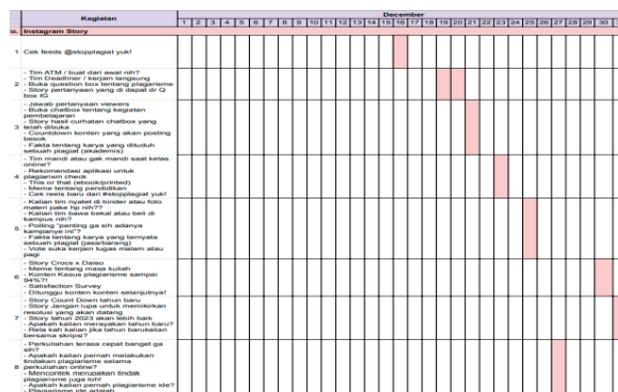
| No | Instagram Feeds | Instagram Reels | Instagram Story |
|----|--|--|---|
| 8 | Sanksi plagiarisme oleh UU | Konten Pemicu terjadinya tindakan plagiarisme | -Cek feeds baru dari #stopplagiat yuk! -Kalian tim nyatet di binder atau foto materi pake hp nih?? |
| 9 | Peraturan dari mayoritas universitas terkait plagiarisme | Konten Pamungkas dan Pusaran Plagiat Lagu 'Birdie' | -Kalian tim bawa bekal atau beli di kampus nih? -Polling “penting ga sih adanya kampanye ini”? |
| 10 | Sanksi dari mayoritas universitas terkait tindak plagiarisme | Harus bangga dengan karya sendiri | -Fakta tentang karya yang ternyata sebuah plagiat (jasa/barang) -Vote suka kerjain tugas malam atau pagi |
| 11 | Contoh tindak plagiarisme nyata yang menjadi sorotan masyarakat/menjadi sebuah kasus | Konten rekomendasi tempat membaca buku | - <i>Story Crocs x Daiso</i> -Meme tentang masa perkuliahan |
| 12 | Tips agar tidak terjadi tindak plagiarisme | Resolusi Untuk tahun 2023 | -Konten Kasus plagiarisme sampai 94% ?! - <i>Satisfaction Survey</i> |
| 13 | Apa saja Aplikasi pengecek plagiarisme? | | - <i>Story Countdown</i> tahun baru - Story Jangan lupa untuk memikirkan resolusi yang akan datang |
| 14 | Pentingnya memiliki karya atau orisinalitas sendiri | | - Story tahun 2023 akan lebih baik - Apakah kalian merayakan tahun baru? |
| 15 | Selain plagiarisme akademik, plagiarisme | | - Rela kah kalian jika tahun baru kalian bersama skripsi? |

| No | Instagram Feeds | Instagram Reels | Instagram Story |
|----|--|-----------------|--|
| | apa lagi yang telah ada? | | - Perkuliahan terasa cepat banget ga sih? |
| 16 | Contoh plagiarisme di bidang musik | | - Apakah kalian pernah melakukan tindakan plagiarisme selama perkuliahan online? - Mencontek merupakan tindak plagiarisme juga loh! |
| 17 | Contoh plagiarisme di suatu produk atau barang | | - Apakah kalian pernah plagiarisme ide? - Plagiarisme ide adalah |
| 18 | Syarat plagiarisme diperbolehkan | | |

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Setelah materi konten sudah dibuat, penulis membuat jadwal untuk kapan masing - masing konten akan di post ke akun Instagram @yukstopplagiat. Jadwal posting konten dibuat agar dapat selesai sampai di akhir Desember tanggal 31 tahun 2022 menggunakan *GSheets* berikut merupakan penjabaran *timeline* yang penulis buat.

Timeline IG Story



Gambar 3.2 Penjadwalan IG Story #StopPlagiat

Sumber: Data olahan penulis (2022)

3.1.2 Production

1. Pembuatan & Pengelolaan Media sosial Instagram @yukstopplagiat

Dalam sub bab ini, penulis ingin sedikit membahas cara pengelolaan media sosial @yukstopplagiat dan pelaksanaan kampanye digital #StopPlagiat. Setiap harinya materi kampanye mengenai plagiarisme akademis akan diunggah ke Instagram pribadi @yukstopplagiat dengan memanfaatkan seluruh fitur yang ada di Instagram yaitu *Instagram Post*, *Instagram Story* dan *Instagram Reels*.

Masing - masing konten yang dibuat akan di post sesuai jadwal yang telah di atur untuk bisa selesai sampai di akhir bulan desember tepatnya tanggal 31 di tahun 2022. Akun media sosial Instagram @yukstopplagiat diubah menjadi akun bisnis agar perkembangan *reach* dan *engagement* dapat diukur dan dilacak.

Berikut merupakan alur produksi sebagai tahapan perencanaan sampai pelaksanaan yang akan digunakan pada kampanye #StopPlagiat.

1. Alur Produksi Instagram Story

Alur produksi pembuatan konten Instagram *story* pada kampanye #StopPlagiat tercantum pada gambar di bawah.

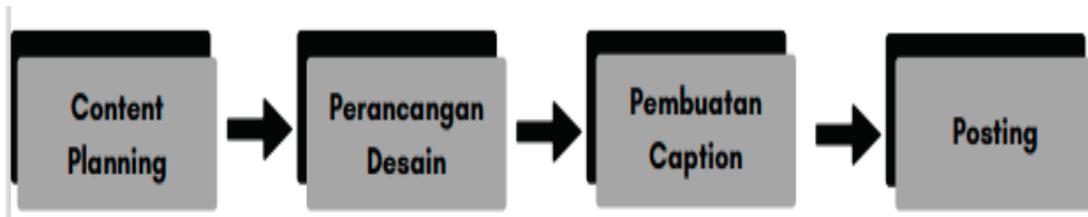


Gambar 3.5 Bagan Alur Produksi *Instagram Story*

Sumber : Data olahan penulis (2022)

2. Alur Produksi Instagram Feeds

Alur produksi pembuatan konten Instagram *feeds* pada kampanye #StopPlagiat tercantum pada gambar di bawah.



Gambar 3.6 Bagan Alur Produksi *Instagram Feeds*

Sumber : Data olahan penulis (2022)

3. Alur Produksi Instagram Reels

Alur produksi pembuatan konten Instagram *reels* pada kampanye #StopPlagiat tercantum pada gambar di bawah.

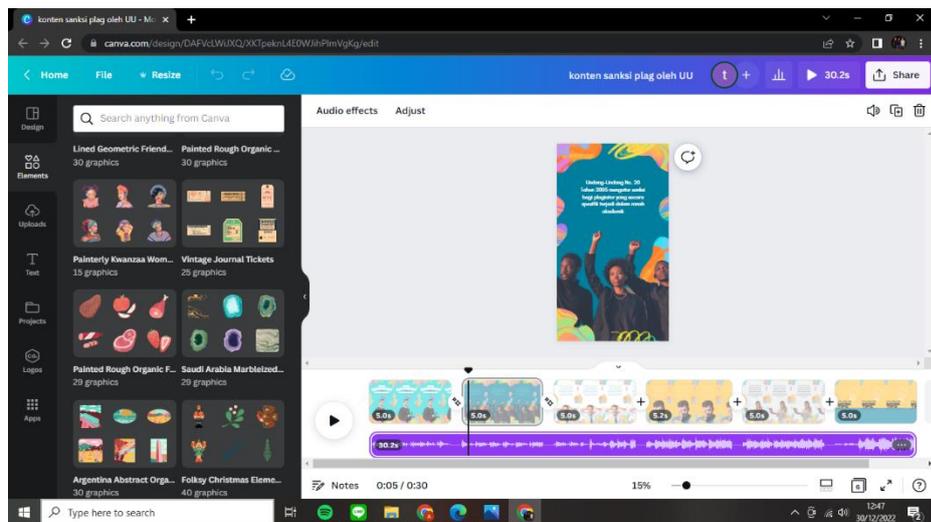


Gambar 3.7 Bagan Alur Produksi *Instagram Reels*

Sumber : Data olahan penulis (2022)

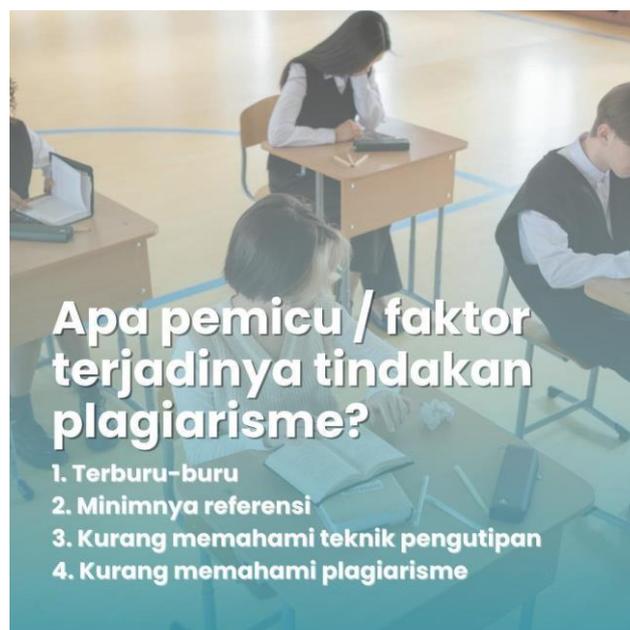
Saat proses pembuatan konten #StopPlagiat, penulis menggunakan aplikasi *Canva Pro*. Semua konten Instagram diedit dan dikerjakan menggunakan *Canva Pro* karena *Canva Pro* memiliki banyak fitur dan jenis desain yang sangat menarik dan juga sangat mudah untuk digunakan.

Pemilihan *background* juga dilakukan di aplikasi *Canva Pro* khususnya untuk konten Instagram Reels yang berdurasi kurang lebih 30 detik di setiap kontennya.



Gambar 3.8 Proses *Editing* Konten #StopPlagiat di *CanvaPro*

Sumber : Data olahan penulis (2022)



Gambar 3.9 Contoh Hasil Konten *Instagram Feeds*

Sumber : Data olahan penulis (2022)



Gambar 3.10 Contoh Hasil Konten Instagram Story

Sumber : Data olahan penulis (2022)



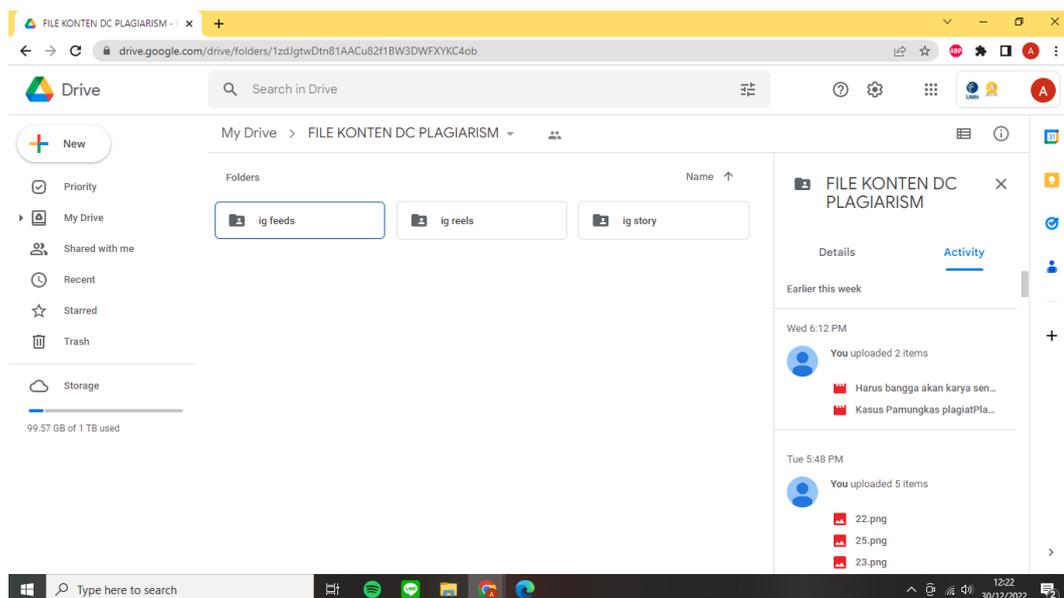
Gambar 3.11 Contoh Hasil Konten Instagram Reels

Sumber : Data olahan penulis (2022)

3.1.3 Post Production

Tahapan ini merupakan rangkuman semua kegiatan setelah dilakukannya kegiatan *editing* campaign untuk @yukstopplagiat. Aktivitas yang dilakukan penulis pada tahap ini adalah:

1. **Memasukan semua konten yang sudah dibuat ke dalam GDrive**
Khusus untuk kampanye penulis mengunggah semua konten #StopPlagiat dengan 3 file berbeda, file *IG Story*, file *IG Feeds* dan file *IG Reels* di *GDrive* agar semua konten terorganisir dengan rapi dan siap untuk posting. Setiap Konten diberi kode berupa angka agar penulis dapat dengan mudah menemukan konten yang sesuai dengan urutan materi konten yang telah dibuat.



Gambar 3. 12 File Seluruh Konten Kampanye #StopPlagiat

Sumber : Data olahan penulis (2022)

2. Merancang *Caption* dan Riset *Hashtag*

Setelah *editing* dan menaruh semua *file* konten ke dalam *GDrive* #StopPlagiat, diperlukan satu tahap terakhir sebelum konten siap untuk dipublikasikan di Instagram adalah dengan menyiapkan *Caption* yang menarik dan sesuai dengan tema kampanye #StopPlagiat agar pesan yang disampaikan dapat terpapar dengan

jelas. Setelah membuat *Caption*, pembuatan *hashtag* juga sangat diperlukan untuk memperoleh *reach* yang maksimal di konten kampanye #StopPlagiat. Karena ketika *hashtag* dimanfaatkan dengan tepat, maka akan dapat meningkatkan views konten karena dapat masuk ke dalam laman *explore*. Berikut, merupakan contoh *caption* dan *hashtag* Instagram *Feed* di kampanye #StopPlagiat.

Tabel 3. 2 *Caption & Hashtag* Instagram *Feed* kampanye #StopPlagiat

| No | Konten (Gambar) | <i>Caption</i> | <i>Hashtag</i> |
|----|---|--|---|
| 1 |  | <p>Halo teman - teman, diadakannya campaign ini guna untuk mengurangi angka plagiarisme yang terjadi khususnya di ranah akademis.</p> <p>Apa yang teman - teman dapat disini, diharapkan bisa diaplikasikan dalam kegiatan pembelajaran kalian ya!</p> | <p>#yukstopplagiat #STOPPLAGIAT! #plagiat #plagiarisme #pengertianplagiat #info #infohariini #ilmu #materiplagiarisme</p> |
| 2 |  | <p>Plagiat seringkali terjadi baik disengaja maupun tidak disengaja, dan sekarang kalian harus tau apa itu plagirisme dan mengapa hal itu tidak baik untuk dilakukan!</p> | <p>#yukstopplagiat #STOPPLAGIAT! #plagiat #plagiarisme #pengertianplagiat #info #infohariini #ilmu #materiplagiarisme</p> |

| No | Konten (Gambar) | Caption | Hashtag |
|----|---|---|--|
| 3 |  | <p>Mayoritas Universitas di Indonesia merujuk toleransi pada karya tulis ilmiah paling banyak adalah sebesar 25% yang bersumber pada Permendiknas No. 17 tahun tentang Pencegahan Plagiarisme.</p> <p>Dikeluarkannya peraturan ini menjadi suatu tindakan tegas dari pemerintah terhadap bidang akademis. Jadi, tetap ikuti aturan batas toleransinya ya!</p> | <p>#yukstopplagiat #STOPPLAGIAT! #plagiat #plagiarisme #karyaorisinil #mahasiswacerdas #antiplagiarisme</p> |
| 4 |  | <p>Sebagai mahasiswa yang paham secara teoritis, tentu kita harus berkontribusi dengan memberikan perubahan secara perlahan terhadap budaya plagiarisme yang masih banyak dilakukan oleh akademisi.</p> <p>Sebagai seorang akademisi, seharusnya lebih banyak mengembangkan pemikiran-pemikiran yang bersifat idealis, komprehensif, dan memiliki kemampuan untuk menciptakan suatu karya yang orsinil.</p> | <p>#yukstopplagiat #STOPPLAGIAT! #plagiat #plagiarisme #karyaorisinil #mahasiswacerdas #antiplagiarisme</p> |

| No | Konten (Gambar) | Caption | Hashtag |
|----|--|---|--|
| | | <p>Ekspresikan bentuk karyamu, tanpa plagiarisme!</p> <p>Stop Plagiarisme!</p> <p>Orsinilitas karyamu, menunjukkan kompetensi kamu!</p> <p>Hidup Mahasiswa!</p> | |
| 5 |  | <p>Hati hati nih yang suka plagiat, kalau dilaporin bisa dapet sanksi yang berat loh!</p> <p>yuk #STOPPLAGIAT</p> | <p>#yukstopplagiat #STOPPLAGIAT! #plagiat #sanksiplagiat #sanksiplagiarisme #plagiat #plagiarisme #STOPPLAGIAT</p> |

Sumber : Data olahan penulis (2022)

3. Posting Konten Kampanye #StopPlagiat

Pada tahap terakhir ini kegiatan publikasi dilakukan, konten yang telah selesai akan di *posting* di Instagram @yukstopplagiat sesuai dengan *timeline* konten yang sudah dibuat.

3.1.4 KPI (Soemohadiwidjojo, 2015) kampanye digital #StopPlagiat

Agar keberhasilan kampanye digital #StopPlagiat dapat diketahui maka penulis menggunakan *Key Performance Indicator* (Soemohadiwidjojo, 2015) dan memanfaatkan fitur pembantu (*Insights*) agar penulis sebagai pengguna Instagram dapat mengetahui jangkauan yang berhasil didapat oleh konten yang telah di posting pada halaman Instagram kampanye #StopPlagiat.

Salah satu fitur yang diberikan oleh Instagram *Insights* merupakan *Reach*. *Reach* pada Instagram merupakan banyaknya jumlah total dari akun yang telah melihat suatu konten yang diunggah (Meta, 2022). Maka alat ukur yang disediakan oleh Instagram merupakan alat ukur yang paling cocok untuk mengukur kesuksesan kampanye #StopPlagiat.

Tabel 3. 3 *Key Performance Indicator* Instagram kampanye #StopPlagiat

| <i>Content</i> | Target <i>Reach</i> setiap unggahan | Total Target <i>Reach</i> (2 Minggu 2 hari (16-31 December)) |
|----------------|--|---|
| Story | 20 | 700 |
| Feeds | 45 | 810 |
| Reels | 100 | 1200 |
| Total | | 2710 |

Sumber : Data olahan penulis (2022)

Seluruh angka yang didapat berdasarkan jumlah realistis reach yang ingin dicapai dikarenakan pembuatan akun baru Instagram @yukstopplagiat. Konten kampanye #StopPlagiat ditargetkan dapat mencapai total 2710 *reach*. Untuk detail masing - masing jenis konten ditetapkan 700 *reach* Instagram *story*, 810 *reach* Instagram *Feeds* dan 1200 *reach* Instagram *reels*. Menurut penulis, angka berikut merupakan angka yang realistis untuk Instagram yang baru dibuat.

Selanjutnya untuk mengetahui tolak ukur keberhasilan kampanye yang dilakukan pada akun Instagram @universitasmultimedianusantara penulis akan meminta data *Insights* Instagram @universitasmultimedianusantara agar dapat melihat reach pada saat masa kampanye dan membandingkan dengan jumlah *followers* yang dimiliki akun Instagram @universitasmultimedianusantara dengan jumlah 35,7K *followers*.

3.2 Anggaran

Dalam pembuatan kampanye digital ini, penulis membutuhkan biaya dalam pelaksanaannya. Berikut adalah anggaran dana yang akan digunakan oleh penulis dalam produksi kampanye digital #StopPlagiat ini.

Tabel 3.4 Anggaran kampanye digital #FindYouTheHOME

| No | Kebutuhan | Keterangan | Biaya |
|----|-----------------|--|-------------------|
| 1 | Jasa Edit Feeds | Jasa edit <i>feeds</i> Instagram sesuai materi dan brief yang telah diberikan. | Rp 500.000 |
| | TOTAL | | Rp 500.000 |

Sumber : Data olahan penulis (2022)

3.3 Target Luaran/Publikasi

Output dari riset mengenai plagiarisme merupakan kampanye digital #StopPlagiat. Berisikan tentang fakta yang terjadi di Indonesia khususnya di bidang akademis. Karena pandemi, integritas mahasiswa khususnya dalam membuat tugas, karya maupun laporan ilmiah oleh kreativitas sendiri semakin berkurang.

Rasa hormat terhadap karya orang lain pun menipis, mahasiswa tidak lagi berusaha menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, melainkan hanya menjiplak dan mencontoh karya orang lain secara persis atau *copy - paste*. Target pendengar yang disasar oleh penulis merupakan mahasiswa yang berumur 18 - 24 tahun.

Penulis berharap dengan adanya kampanye digital ini, mahasiswa tidak lagi menjiplak karya orang lain, dan mahasiswa sadar bahwa plagiarisme merupakan tindak kriminalitas akademis. Penulis berharap mahasiswa tidak lagi menganggap sebelah mata tindakan plagiarisme atau *copy - paste* dan target utama penulis merupakan *reach* dari kegiatan kampanye di Instagram dapat melebihi jumlah *followers* yang dimiliki oleh @yukstopplagiat dan

@universitasmultimedianusantara. Penulis menargetkan pemaparan yang luas dengan patokan melebihi *followers* kedua akun yang akan melaksanakan kegiatan kampanye #StopPlagiat. Instagram merupakan wadah bagi kaula muda untuk mengekspresikan dirinya sendiri.

Apapun dapat diunggah dalam platform media sosial ini. Dimulai dari aktifitas sehari hari, sampai informasi yang sedang terjadi di dunia ini, karena cakupan Instagram tidak hanya warga lokal saja melainkan Dunia. Akses yang cepat membuat penyebaran informasi yang terjadi juga sangatlah cepat. Kaya akan informasi dan *entertainment* menjadi satu dalam *platform* Instagram ini. Melaksanakan kampanye digital mengenai plagiarisme di Instagram merupakan pilihan yang tepat, karena target pendengar di rentan usia 18-24 tahun pasti memiliki Instagram dan menggunakan Instagram.

Sehingga yang penulis harapkan, digital kampanye ini dapat berguna bagi mahasiswa di seluruh Indonesia dan menyadarkan mereka tentang tindak kriminal akademis yaitu plagiarisme. Semua rangkaian acara ini akan penulis unggah ke Instagram agar semua orang dapat belajar tentang plagiarisme dengan rincian sebagai berikut:

- IG Feed 18 post
- IG Story 5 post/hari selama 1 minggu (total 35 Story)
- IG Reels 12 post