

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis untuk menjadi referensi dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini.

Tabel 2. 1 Referensi Penelitian Terdahulu

Nama Pembuat Karya	Marco Tannizal	Angel Angriani Tjen	Alexandra Audrey
Judul Karya Tugas Akhir	Kampanye Media Sosial #GenReadyDiZaster Mengenai Mitigasi Bencana Terhadap Gen Z di Lebak Selatan	Kampanye Digital #BumiItuCantikDengan YagiNaturalIndonesia	Kampanye Digital “Butterfly Effect” Dengan Yayasan Bagi Hati Bagi Jiwa (Heart Of People)
Universitas (Tahun Terbit)	Universitas Multimedia Nusantara (2023)	Universitas Multimedia Nusantara (2022)	Universitas Multimedia Nusantara (2022)
Tujuan Karya	Mengetahui proses dan perancangan karya dari kampanye #GenReadyDiZaster di Lebak Selatan akan mitigasi bencana alam	Merancang kampanye bersama dengan Yagi Natural Indonesia demi meningkatkan kesadaran akan sampah plastik di industri kosmetik	Mengedukasi masyarakat luas mengenai urgensi dalam menjaga tutur kata, etika, dan kesopanan dalam bersosialisasi di media sosial. Menekankan bahaya dari komentar negatif di media sosial kepada masyarakat.
Hasil Karya	18 Konten Feeds, 6 Video Reels	18 Instagram Feeds, 12 Instagram Reels, 35 Instagram Story <i>Digital Campaign</i>	25 Video Tiktok, 6 Instagram feeds, 25 Video feeds <i>Digital Campaign</i>
Konsep	New Media Digital Campaign Komunikasi Kebencanaan Konsep SDG'S Komunikasi Persuasif Copywriting Strategic Planning	Digital Campaign Kampanye Social Media Campaign	Kampanye Media Sosial Digital Marketing Strategy Social Media Campaign Visual Communication Copywriting Grid System

Kesimpulan	Digital campaign #GenReadyDiZaster dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan awareness Gen Z di Lebak Selatan khususnya di Desa Panggarangan tempat GMLS berada mengenai mitigasi bencana dan kerelawanan.	Kampanye digital #BumiItuCantik merupakan kampanye sosial media yang dibuat berdasarkan The Social Media Four Step Model oleh Kim (2021) Langkah pertama dari pembuatan kampanye digital #BumiItuCantik adalah mendengar atau melakukan riset untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama Ivana Suprayogi selaku brand specialist Yagi Natural Indonesia untuk mengetahui bentuk konten yang digemari audiens Yagi Natural. Pengumpulan data juga dilaksanakan melalui riset online untuk mengumpulkan data pendukung untuk kampanye yang akan dilakukan serta untuk mengetahui bentuk konten yang sedang trending di kalangan masyarakat.	Kampanye digital Butterfly Effect dilakukan dengan tujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan awareness mengenai urgensi dalam menjaga tutur kata, etika, dan kesopanan dalam bersosialisasi di media sosial serta bahaya dari komentar negatif di media sosial.
------------	---	---	---

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Special Events*

Special events merupakan kegiatan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam empat hal penting yaitu secara sensual, secara fisik, secara emosional, dan secara intelektual. *Special events* memilih dampak akhir yaitu pada pikiran seseorang. *Special events* harus mendapatkan respon sensorik terlebih dahulu yang kemudian akan menciptakan kesempatan untuk dapat berpartisipasi secara fisik, dan memastihkan tingkat keterlibatan yang aktif. Setelah di Investasikan

secara fisik, maka peserta akan lebih rileks, mereka akan membuka pengalaman, dan membuat komitmen secara emosional. Ketika ikatan emosional diinvestasikan, maka pikiran akan dapat bergerak yang memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman baru (Goldblatt, 2014).

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2013).

Penyelenggaraan *special events* secara *offline* oleh MNP menjadi langkah strategis dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap eksistensi dan nilai edukatif MNP. Dengan menghadirkan kegiatan seperti edufair, presentasi, *school visit*, *info session*, dan tes beasiswa secara langsung di kota seperti Medan dan Pematangsiantar, maka MNP bisa secara efektif mengkomunikasikan pentingnya pendidikan vokasi yang saat ini sangat dibutuhkan di Indonesia. Melalui interaksi langsung dan pengalaman nyata yang diberikan dalam *special events*, MNP mampu menyampaikan secara rinci manfaat dan potensi karir yang dapat diperoleh melalui pendidikan vokasi.

Penekanan pada pendidikan vokasi menjadi krusial dalam mengatasi kesenjangan antara jumlah lulusan universitas dan kebutuhan industri di Indonesia. *Special events* yang dilakukan secara *offline* ini menjadi dasar utama bagi MNP untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, terutama kepada calon mahasiswa, mengenai relevansi dan peluang yang ditawarkan oleh pendidikan vokasi. Dengan mendekati diri secara langsung kepada sasaran audiens, MNP dapat menggambarkan secara menyeluruh bagaimana program studi dan fasilitas yang dimilikinya dapat memberikan landasan yang kokoh bagi karir profesional di era industri digital saat ini. Dengan demikian penyelenggaraan *special events* secara *offline* tidak hanya untuk membangun kesadaran terhadap MNP tetapi juga

memberikan kontribusi positif dalam memenuhi kebutuhan akan pendidikan vokasi yang berkualitas di Indonesia.

2.2.2 Komunikasi Persuasif

Konsep komunikasi persuasif merupakan sebuah usaha yang berhasil dan disengaja untuk mempengaruhi pikiran orang lain melalui komunikasi dalam situasi di mana orang yang dipengaruhi memiliki sedikit kebebasan (O'Keefe, 2015). Namun persuasi juga bisa dapat dikatakan sebagai proses simbolik ketika seorang komunikator berusaha untuk meyakinkan orang lain untuk merubah sikap dan kebiasaan mereka terkait dengan suatu masalah melalui penyampaian pesan dalam suasana pilihan bebas.

Komunikasi persuasif ini menjadi bagian yang sangat penting dalam kegiatan yang dilakukan oleh penulis, seperti edufair, *school visit*, *info session*, presentasi, dan tes beasiswa, sehingga menjadi sangat relevan dengan konsep ini.

1. Edufair

Edufair adalah kegiatan pameran pendidikan di mana berbagai institusi pendidikan, termasuk MNP, melakukan presentasi terkait program-program MNP kepada calon mahasiswa. Dalam edufair, penulis menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik perhatian calon mahasiswa, memberikan informasi yang menarik, meyakinkan keunggulan dan manfaat pendidikan di MNP, menciptakan suasana yang positif untuk mendorong partisipasi calon mahasiswa dalam kegiatan edufair terutama untuk mengajak calon mahasiswa mengisi formulir pendaftaran agar mereka tahu terlebih dahulu penawaran dari MNP dalam bentuk persentase beasiswa yang bisa mereka dapatkan. Dalam kegiatan edufair, penulis menciptakan suasana yang nyaman dan aman bagi calon mahasiswa dengan menawarkan formulir pendaftaran dengan *benefit* seperti bisa mengetahui informasi terkait persentase beasiswa di MNP, formulir ini gratis sedangkan di luar edufair formulir akan berbayar, dan

penulis selalu menekankan apabila mereka mengisi formulir pendaftaran, calon mahasiswa tidak perlu khawatir karena apabila sekiranya mereka mendapat referensi di kampus lain.

2. *School visit*

Dalam kunjungan ke sekolah-sekolah, penulis juga menerapkan komunikasi persuasif dengan cara memberikan presentasi yang menarik dan relevan. Tujuan dari kunjungan ke sekolah ini yaitu untuk meyakinkan pihak sekolah dan siswa tentang keunggulan dan nilai tambah yang dapat diberikan oleh MNP. Komunikasi persuasif juga terjadi melalui interaksi langsung, sehingga penulis dapat secara langsung menjawab apabila dari pihak sekolah memiliki pertanyaan, memberikan klarifikasi, dan membangun hubungan positif dengan pihak sekolah serta dengan siswa di masing-masing sekolah.

3. Presentasi

Dalam presentasi, penulis juga menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menyampaikan informasi dengan cara yang persuasif dan meyakinkan. Penulis menggunakan bahasa yang persuasif, penggunaan data dan contoh konkret, serta membangun kredibilitas. Kegiatan presentasi ini terdiri dari 2 jenis situasi, presentasi ketika edufair, dan presentasi ketika *school visit*. Apabila penulis sedang berada di situasi presentasi ketika edufair, maka biasanya penulis tidak akan terlalu fokus terkait fasilitas dan video-video lain melainkan penulis fokus untuk menjelaskan terkait program studi yang tersedia, beasiswa yang besar yang sangat mudah untuk di dapatkan, dan tentunya formulir pendaftaran yang gratis. Setelah penulis menyebutkan *benefit-benefit* yang bisa di dapat, penulis selalu mengarahkan calon mahasiswa untuk menghampiri stan MNP untuk informasi yang lebih lanjut, untuk mendapat formulir pendaftaran yang gratis, dan juga untuk mendapatkan hadiah dari MNP. Sedangkan apabila penulis berada dalam situasi presentasi dengan *school visit*, maka penulis akan fokus terhadap semua materi MNP, membangun

relasi dengan pihak sekolah dan siswa dengan memberikan mereka hadiah, dan menawarkan mereka formulir pendaftaran yang gratis. Selain itu penulis juga selalu mengatakan apabila mereka memiliki nilai rapot yang rata-ratanya tinggi, maka mereka bisa mendapat beasiswa 100% di MNP.

4. *Info session*

Info session adalah kegiatan yang dirancang untuk memberikan informasi yang lebih mendalam kepada calon mahasiswa. Dalam *info session*, penulis menggunakan komunikasi persuasif untuk membujuk calon mahasiswa tentang manfaat dan potensi keberhasilan yang bisa mereka dapatkan setelah memilih MNP sebagai institusi pendidikan mereka. Dalam kegiatan ini, penulis mengharapkan relasi yang baik dengan calon mahasiswa sehingga calon mahasiswa yang datang ke kegiatan ini bisa menawarkan MNP dalam bentuk promosi *mouth to mouth* dengan teman-teman mereka.

5. Tes Beasiswa

Meskipun tes beasiswa bersifat lebih formal, komunikasi persuasif tetap menjadi kunci. Penulis dapat memberikan informasi seputar kebijakan beasiswa, manfaatnya, dan bagaimana program beasiswa ini dapat membantu calon mahasiswa untuk mencapai tujuan pendidikan mereka dengan harga yang sangat terjangkau tentunya. Selain itu penulis juga berusaha untuk terus memotivasi calon mahasiswa untuk mengikuti tes beasiswa ini dengan memberikan pemahaman yang meyakinkan tentang kesempatan yang diberikan oleh MNP. Dalam kegiatan ini, penulis menjelaskan terkait mata pelajaran yang akan di tes juga seperti ilmu pengetahuan umum, bahasa inggris, dan soal logika. Penulis juga memberi informasi terkait jenis soal di dalam tes beasiswa ini seperti soal akan di diberikan dalam bentuk pilihan ganda, akan ada 100 soal dan harus selesai dikerjakan dalam waktu 120 menit. Dengan penulis memberikan informasi seperti itu, calon mahasiswa akan bisa lebih mempersiapkan diri agar mereka bisa mendapat hasil yang maksimal dalam tes beasiswa di MNP.



Gambar 2. 1 Kegiatan Edufair di kota Pematangsiantar
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Penulis berkomitmen untuk membina hubungan personal yang akrab dengan para siswa selama kegiatan edufair, *school visit*, *info session*, presentasi, dan tes beasiswa. Pendekatan ini diambil dengan tujuan utama agar siswa dapat merasa lebih dekat dan akrab dengan lingkungan serta program pendidikan yang ditawarkan oleh MNP . Dengan terlibat secara pribadi dalam interaksi langsung, penulis berharap dapat membangun kepercayaan dan kesan positif pada setiap siswa, memberikan kesempatan bagi mereka untuk mengenal lebih dalam tentang MNP, serta memberikan jawaban langsung terhadap pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin mereka miliki terkait proses pendidikan dan peluang karir di MNP. Selain itu, melalui pendekatan personal ini, penulis berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung, inklusif, dan membangun rasa kebersamaan.

2.2.3 Konsep SDG

MNP memiliki tekad yang kuat untuk ikut berkontribusi pada peningkatan sumber daya manusia di Indonesia. MNP sebagai lembaga pendidikan tinggi, berkomitmen terhadap pendekatan pendidikan yang terintegrasi dan aplikatif, memahami pentingnya memberikan kontribusi yang nyata terhadap pembangunan berkelanjutan melalui *Sustainable Development Goals* (SDG) yang telah ditetapkan oleh PBB.



Gambar 2. 2 Sustainable Development Goals
Sumber: (United Nations, 2023)

Dalam konteks ini, penulis ingin secara khusus menekankan peran MNP dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan ke empat yaitu *quality Education* atau pendidikan berkualitas. MNP memiliki komitmen untuk memberikan pendidikan yang berkualitas, relevan, dan inovatif yang dapat memberdayakan mahasiswanya dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi salah satu sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Melalui kurikulum yang berfokus pada pendekatan praktik,

MNP memiliki tujuan yaitu untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman mendalam terkait teknologi, kreativitas, dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan di industri. MNP percaya bahwa dengan diberikan pendidikan yang berkualitas, kita dapat menciptakan SDM yang mampu menghadapi tantangan di era digital dan globalisasi ini.

MNP juga berupaya mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam setiap aspek kegiatan pendidikan kami, mengajarkan mahasiswa kami untuk menjadi agen perubahan yang bertanggung jawab dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan. MNP ingin memastikan bahwa lulusan dari MNP tidak hanya memiliki keterampilan praktik yang unggul tetapi juga memiliki pemahaman yang mendalam tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menggabungkan visi MNP, yaitu untuk memberikan pendidikan berkualitas dan komitmen terhadap SDG, MNP berhadap dapat berkontribusi secara positif terhadap pembentukan sumber daya manusia yang unggul di Indonesia, menciptakan masyarakat yang lebih cerdas, terampil, dan berkelanjutan untuk masa depan negara kita yang baik.

