

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN
DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT
PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi Berbasis Karya

Andre Jonathan

0000023730

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN
DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT
PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi Berbasis Karya

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Andre Jonathan

0000023730

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andre Jonathan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000023730
Program studi : Ilmu Komunikasi

SKRIPSI BERBASIS KARYA dengan judul:

PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA 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 Skripsi Berbasis Karya yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Januari 2024



Andre Jonathan

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN RIBURASA DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM
@RIBURASA

Oleh
Nama : Andre Jonathan
NIM : 00000023730
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Januari 2024

Pukul 08.30 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Cendera Rizky Anugrah Bangun, Sos., M.Si

NIDN: 0304078404

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN:0331077503

Pembimbing

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

NIDN: 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Andre Jonathan
NIM : 00000023730
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi Berbasis Karya

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

PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Andre Jonathan)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin Tuhan Yang Maha Esa dan berkah serta rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul RANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA telah selesai dengan baik. Adapun mengenai ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan Skripsi Berbasis Karya ini, peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang tiada hentinya serta siap menemani dari awal pengerjaan hingga saat akhir ini. Terima kasih kepada seluruh pihak yang selalu mendorong peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik.

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini. Terima kasih atas kesempatan yang selalu Ibu Cendera Rizky berikan.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si Selaku dosen pembimbing yang sangat mendukung dan membimbing peneliti selama proses pembuatan penelitian ini. Terima kasih atas masukan, bantuan, dan pencerahan yang selama ini diberikan. Beliau selalu memberikan arahan dan jalan bagi peneliti dalam menemukan pencerahan penelitian. Arahan yang diberikan oleh Ibu Chininta meringankan peneliti dalam mencapai garis akhir dalam studi S1 ini.

5. Papa, Mama, dan Kakak yang selalu mendukung peneliti dalam situasi apapun. Tempat peneliti menaruh keluh kesahnya mulai dari A sampai Z dan selalu berusaha untuk membawa suasana rumah dengan baik. Yang paling terpenting adalah Papa, Mama, Kakak, dan Sahabat selalu mendoakan peneliti untuk mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam situasi dan kondisi apapun.
6. Kepada dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah berbagi ilmu, dan waktu selama perkuliahan.
7. Kepada PT. Riburasa Nusantara, Pak Peter, dan seluruh rekan yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menjadi narasumber dan telah menyempatkan waktunya ditengah kesibukan pekerjaan. Semoga Pak Peter, Pak Dicky, dan seluruh rekan sehat selalu, serta kita dapat bertemu suatu saat secara tatap muka.
8. *The Backbone* yang selalu mendukung, menyemangati, dan selalu mendoakan yang terbaik demi kelancaran pembuatan karya ilmiah ini. Kemudian, Jeremy, Vinsensius, Gloria Karoline yang juga seringkali menemani peneliti untuk mengerjakan karya ilmiah.
9. Sahabat yang selalu mewarnai hari-hari peneliti selama perkuliahan dan tidak sungkan untuk membagikan ilmu yang mereka miliki serta selalu mendukung peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah.

Dalam penulisan ini tentu masih memiliki banyak kekurangan baik pada teknik penulisan maupun pembawaan materi. Namun, peneliti berharap pengetahuan dan ilmu yang peneliti miliki dapat bermanfaat dalam penelitian ini untuk kedepannya. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi bekal peneliti dalam berkarir di dunia kerja.

Tangerang, 10 Januari 2024



(Andre Jonathan)

PEPERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @RIBURASA

Andre Jonathan

ABSTRAK

Media sosial dewasa ini tidak hanya digunakan untuk berjejaring melainkan juga untuk pemasaran suatu produk. Salah satu media sosial yang digunakan untuk saluran pemasaran adalah Instagram. Media sosial Instagram harus dikelola dengan baik, karena para penggunanya dapat saling membuat, mengedit dan menyebarkan konten dengan cepat dan luas. Salah satu merek yang membutuhkan pengelolaan media sosial Instagram adalah PT. Riburasa Nusantara atau yang dikenal dengan @riburasa. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *frozen food*, Riburasa telah memiliki akun media sosial Instagram sejak tahun 2021. Namun, pergerakan pada akun tersebut sangatlah minim sehingga dibutuhkan pengelolaan media sosial melalui berbagai aktivitas di akun Instagram @riburasa. Berlandaskan teori dan konsep Social Media Engagement, Visual Communication Design, dan Social Media Strategy, perancang menghasilkan karya diantaranya: 18 Instagram Feeds yang berisikan informasi produk, 12 Instagram Reels dengan konsep kreasi memasak yang interaktif dengan followers, dan 15 Instagram Stories dalam periode produksi selama 3 bulan dari bulan April, Mei, dan Juni 2023. Hasilnya, terdapat peningkatan pengikut sebanyak 550 akun, dari yang sebelumnya 1.637 akun menjadi 2.187 akun. Selain itu, rata-rata *insight* mencapai 3045 akun yang berinteraksi. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas media sosial yang diterapkan pada akun Instagram @riburasa dinilai berhasil. Pemasaran pada sosial media Instagram @Riburasa adalah menargetkan audiens yang tepat untuk meningkatkan kesadaran merek dan mendorong keterlibatan konsumen, dan menggapai calon konsumen untuk meningkatkan persentase penjualan produk.

Kata kunci: *Engagement, Instagram, Media Sosial, Riburasa*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

RIBURASA'S SOCIAL MEDIA MANAGEMENT MODEL IN INCREASING ENGAGEMENT ON INSTAGRAM

@RIBURASA

Andre Jonathan

ABSTRACT

Today social media is not only used for networking but also for marketing a product. One of the social media used for marketing channels is Instagram. Instagram social media must be managed well, because users can create, edit and share content quickly and widely. One brand that needs Instagram social media management is PT. Riburasa Nusantara or known as @riburasa. As a company operating in the frozen food sector, Riburasa has had an Instagram social media account since 2021. However, movement on this account is very minimal, so social media management is needed through various activities on the Instagram account @riburasa. Based on the theory and concepts of Social Media Engagement, Visualcommunication Design, and Social Media Strategy, the designer produced works including: 18 Instagram Feeds containing product information, 12 Instagram Reels with the concept of interactive cooking creations with followers, and 15 Instagram Stories in a production period of 3 months from April, May and June 2023. As a result, there was an increase in followers by 550 accounts, from the previous 1,637 accounts to 2,187 accounts. Apart from that, the average insight reaches 3045 interacting accounts. It can be concluded that the social media activities implemented on the Instagram account @riburasa are considered successful. Marketing on social media Instagram @Riburasa is targeting the right audience to increase brand awareness and encourage consumer engagement, and reach potential consumers to increase the percentage of product sales.

Keywords: *Engagement, Instagram, Riburasa, Social Media*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	3
HALAMAN PERSETUJUAN	4
HALAMAN PENGESAHAN	5
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH KEPENTINGAN AKADEMIS.....	6
KATA PENGANTAR	7
ABSTRAK.....	9
<i>ABSTRACT (English)</i>	10
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	xvi
1.1. Latar Belakang Penelitian	17
1.2. Tujuan Karya	23
1.3. Kegunaan Karya	23
1.1.1 Kegunaan Akademis	23
1.1.2 Kegunaan Praktis	23
BAB II KERANGKA TEORI.....	24
2.1. Karya Terdahulu.....	24
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	26
2.2.1 <i>Social Media Engagement</i>	26
2.2.2 <i>Visual Communication Design</i>	27
2.2.3 <i>Social Media Strategy</i>	29
2.2.4 <i>Direct Marketing Activation</i>	30
2.2.5 Instagram	31
2.2.6 <i>Cinematography</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34

3.1 Tahapan Pembuatan	34
3.1.1. Pra Produksi	34
3.1.2 Produksi	37
3.1.3 Paska Produksi	38
3.2 Anggaran.....	42
3.3 Target Luaran/Publikasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Pelaksanaan	46
4.1.1 Profil Riburasa Nusantara	46
4.1.1 Hasil Karya	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Akademis	52
5.2.2 Saran Praktis	52

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel karya Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Alur Pra, Intra dan Post Produksi Konten	25
Tabel 3.2 Timeline Pra, Intra dan Post Produksi.....	26
Tabel 3.3 Tabel Anggaran	33



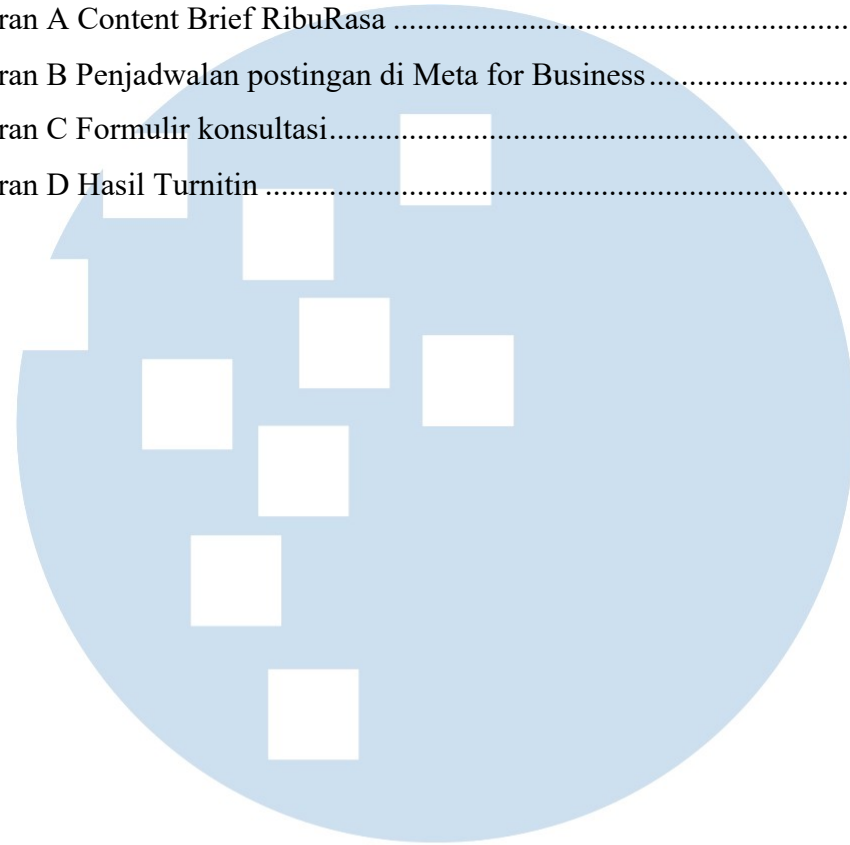
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia.....	7
Gambar 1.2 Negara dengan Pengguna Instagram terbesar di dunia	7
Gambar 1.3 Produk <i>Frozen Food</i> yang dikonsumsi warga dalam setahun terakhir	8
Gambar 1.4 Nilai Penjualan Retail Makanan dan Minuman Kemasan di Indonesia (2018-2022)	10
Gambar 3.1 Alur Produksi Pembuatan Reels	28
Gambar 3.2 Alur Produksi Pembuatan Konten	29
Gambar 3.3 Insight Reels food vlogger April 2023.....	30
Gambar 3.4 Insight Feeds April 2023.....	31
Gambar 3.5 Insight Reels Mei 2023	31
Gambar 3.6 Insight Feeds Mei 2023.....	32
Gambar 3.7 Feeds Juni 20233	32
Gambar 3.8 Reels Juni 2023	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Content Brief RibuRasa	46
Lampiran B Penjadwalan postingan di Meta for Business	56
Lampiran C Formulir konsultasi.....	69
Lampiran D Hasil Turnitin	71



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA