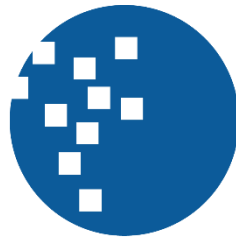


**PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH
MENGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI
PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

LEONARDUS DASTINE D WAWOR

00000044301

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH
MENGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI
PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

LEONARDUS DASTINE D WAWOR

00000044301

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Leonardus Dastine D Wawor

NIM : 00000044301

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi berbasis karya dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE RAMADAN MENGGUNAKAN TOKOH MANG AJIE UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN OLEH PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

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 maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS untuk tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 Maret 2024



(Leonardus Dastine D Wawor)

HALAMAN PEGESAHAN

Skripsi berbasis karya dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH MENGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

Oleh

Nama : Leonardus Dastine D Wawor

NIM : 00000044301

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 08.30 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom.

0327019001

Penguji

Dian
Nuranindya, S.E.,
M.Si.
2024.06.26
14:31:30 +07'00'

Dian Nuranindya, M.Si.

NIDN 0314128502

Pembimbing

Drs. Asep Sutresna, M.A

NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Leonardus Dastine D Wawor
NIM : 00000044301
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi Karya

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

PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH MENGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

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

Tangerang, 2 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Leonardus Dastine D Wawor)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa, selesainya penulisan laporan skripsi berbasis karya ini dengan judul **“PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH MENGGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan skripsi berbasis karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan skripsi berbasis karya ini.
5. Bapak Ignatius Krismawan, S.P., sebagai pembimbing ahli yang telah memberikan bimbingan dan arahan terhadap karya ini.
6. Bapak Bambang Nuryono, selaku General Manager di Corporate Secretary di Group of Retail & Publishing yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan proses pembuatan karya.
7. Bapak Rezza Patria Wibowo, selaku Manager Public Relations di Group of Retail & Publishing yang telah memberi kesempatan dan mendukung untuk melaksanakan proses pembuatan karya.

8. Kak Alchia Amanda Putri, Kak Gebrie Priagan, Kak Ayu Dinda dan Kak Rafly, selaku pembimbing sekaligus pendukung dari terlaksananya perancangan pembuatan karya.
9. Mas Tri, Mas Gilang dan seluruh anggota divisi Digital Marketing yang telah membantu dan memberi dukungan dana serta ide dalam pembuatan karya.
10. Bang Maruta, Bang Semuel dan Kak Betrice, selaku Legal di Group of Retail & Publishing yang telah membantu dan memotivasi pembuatan karya.
11. Shabiria Yumna, selaku peserta magang Public Relations di Group of Retail & Publishing yang telah menerima dan bekerja sama selama pembuatan karya.
12. Papa, Mama, dan Kakak yang selalu mendukung secara material dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan pembuatan skripsi karya ini.

Semoga laporan skripsi karya ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan motivasi kedepannya, bagi pembaca terutama para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juni 2024



(Leonardus Dastine D Wawor)

**PERANCANGAN KAMPANYE #BERBAGIITUIBADAH
MENGUNAKAN TOKOH MANG AJIE DALAM MENINGKATKAN
PARTISIPASI WAKAF AL QURAN DI PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**

(Leonardus Dastine D Wawor)

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang sebagian besar masyarakatnya memeluk agama Islam. Dengan sebanyak 241,7 juta penduduk Indonesia beragama Islam. Puasa merupakan ibadah yang dilakukan secara rutin pada agama Islam. Selama menjalankan puasa, umat beragama Islam tidak hanya menahan makan dan haus. Akan tetapi umat Islam diajak untuk menebarkan kebaikan dengan memberikan wakaf. PT. Gramedia Asri Media, sebagai perusahaan yang menjual buku terkemuka ingin mengambil peran dalam memudahkan dalam berwakaf. Program yang diadakan adalah Wakaf Al Quran melalui Toko Buku Gramedia yang tersebar di Indonesia. Dalam rangka mendukung program tersebut, maka diadakan suatu kampanye yang menggunakan strategi *marketing public relations* atau MPR. MPR itu sendiri merupakan ketika *public relations*, ikut turut membantu dalam pemasaran menggunakan *third party endorsers*. Pada kampanye ini menggunakan karakter Mang Ajie untuk mengkomunikasikan pesan dan juga sebagai *influence*. Dipilihnya penggunaan karakter Mang Ajie ini, bertujuan untuk menarik anak muda terkhususnya generasi Z dan Milenial. Dikarenakan kedua generasi tersebut adalah calon dari pemimpin masa depan. Sehingga kampanye ini ingin menumbuhkan rasa kepekaan kepada dua generasi tersebut. Kampanye ini menggunakan media sosial resmi dari PT. Gramedia Asri Media untuk melakukan penyampaian pesan melalui konten. Dengan kampanye yang sudah berlangsung, oleh karena itu didapatkan kenaikan 10% minat wakaf dari tahun sebelumnya.

Kata kunci: Wakaf, *Marketing Public Relations*, Kampanye

**#BERBAGIITUIBADAH CAMPAIGN DESIGN USING THE
CHARACTER MANG AJIE TO INCREASE QURAN WAKAF
PARTICIPATION AT PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**

(Leonardus Dastine D Wawor)

ABSTRACT

Indonesia is a country where the majority of the populations adheres to Islam. With 241,7 million Indonesian Muslim. Fasting is a regular observance in Islam, particularly during Ramadan. During this time, Muslims are encouraged not only to abstain from food and drink but also to spread kindness by participating in charitable acts, such as wakaf. PT. Gramedia Asri Media, a prominent bookstore chain, aims to facilitate the act, by launching a Quran Wakaf program through its bookstores across Indonesia. To support the program, a campaign was developed using marketing public relations or MPR strategies. MPR involves utilizing public relations to aid in marketing efforts through third party endorsement. The campaign features the character Mang Ajie to communicate the message and serve as an influencer. Mang Ajie was chosen specifically to attract young people, particularly Generation Z and Millennials, as they are future leaders. The goal of the campaign is to foster a sense of social responsibility and empathy within these generations. The campaign utilizes PT. Gramedia Asri Media official social media platforms to spread its message through captivating content. Consequently, this campaign has led to a 10% increase in interest in participating in wakaf compared to the previous year.

Keywords: *Wakaf, Marketing Public Relations, Campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PEGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR.....	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Karya	5
1.3 Kegunaan Karya	5
BAB II KERANGKA KONSEP	6
2.1 Karya Terdahulu	6
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	9
2.2.1 Marketing Public Relations (MPR).....	9
2.2.2 Seven Steps Strategic of Marketing Public Relations.....	12
2.2.3 Partisipasi	14
2.2.4 <i>Spokesperson & Spokes-Character</i>	15
2.2.5 Teori Warna	16
2.2.6 <i>Creative Brief</i>	17
2.2.7 Media Kampanye	18
BAB III RANCANGAN KARYA	20
3.1 Tahapan Pembuatan.....	20
3.2 Anggaran	31
3.3 Target Luaran/Publikasi	32
BAB IV IMPLEMENTASI KARYA.....	33

4.1	Pelaksanaan	33
4.1.1	Pre-Campaign.....	33
4.1.2	Campaign Social Media Implementation.....	47
4.1.3	Hasil <i>Campaign</i>	52
4.2	Evaluasi	53
4.2.1	Evaluasi Teknis	54
4.2.2	Evaluasi Non Teknis	54
4.2.3	Evaluasi Berdasarkan Ahli.....	55
BAB V SIMPULAN SARAN		56
5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran.....	57
5.2.1	Saran Akademis	57
5.2.2	Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karya-Karya Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Analisis SWOT	20
Tabel 3.3 Tabel Anggaran Kampanye.....	32
Tabel 4.1 Shooting Schedule.....	39
Tabel 4.2 Tabel Anggaran Kampanye.....	40
Tabel 4.3 Tabel Konten Kampanye Instagram.....	48
Tabel 4.4 Tabel Konten Kampanye Youtube.....	49
Tabel 4.5 Tabel Konten Kampanye TikTok.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Agama Mayoritas Penduduk Indonesia	2
Gambar 2.1 Warna Hangat & Warna Dingin	16
Gambar 3.1 Iklan Jin Djarum 76	26
Gambar 3.2 Ilustrasi Baju Pangsi Adat Sunda	26
Gambar 4.1 Proyeksi Piramida Tahun 2030.....	34
Gambar 4.2 Pitching Kampanye Bersama Divisi PR.....	42
Gambar 4.3 <i>Pitching</i> Kampanye Bersama Divisi <i>Digital Marketing</i>	43
Gambar 4.4 Fitting Talent	44
Gambar 4.5 Persiapan Properti <i>Shooting</i>	45
Gambar 4.6 Proses Shooting Video Campaign	46
Gambar 4.7 Data Wakaf Al Quran Gramedia Tahun 2023	53
Gambar 4.8 Data Wakaf Al Quran Gramedia Tahun 2024	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Perizinan Penggunaan Merek	64
Lampiran B MBKM-04 Lembar Verifikasi	65
Lampiran C Bukti Unggahan Konten Instagram	66
Lampiran D Bukti Unggahan Konten Youtube.....	67
Lampiran E Bukti Unggahan Konten TikTok.....	68
Lampiran F Bukti <i>Content Reach</i> Instagram	69
Lampiran G Bukti <i>Content Reach</i> Youtube	70
Lampiran H Bukti <i>Content Reach</i> Instagram.....	71
Lampiran I Script Video Campaign	73
Lampiran J Turnitin	77
Lampiran K Curriculum Vitae	83
Lampiran L Bukti Bimbingan Ahli.....	84
Lampiran M Form Bimbingan Dosen Pembimbing	85
Lampiran N Form Bimbingan Ahli.....	86

