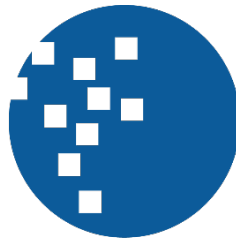


**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK GRAHA
SENTOSA MEMORIAL PARK DAN RUMAH DUKA
SENTOSA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

GERLAND GERALD

00000046790

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

2024

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK GRAHA
SENTOSA MEMORIAL PARK DAN RUMAH DUKA
SENTOSA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S.I.Kom

GERLAND GERALD

00000046790

UNIVERSITAS

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gerland Gerald
NIM : 00000046790
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul: Perancangan Kampanye Digital Untuk Graha Sentosa Memorial Park Dan Rumah Duka Sentosa Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3/06/2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Gerland Gerald)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK GRAHA SENTOSA
MEMORIAL PARK DAN RUMAH DUKA SENTOSA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS


Oleh
Nama : Gerland Gerald
NIM : 00000046790
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


Cendera Rizky Anugrah Bangun
S.sos., M.Si.
NIDN 0304078404

Penguji


Theresia Lavietha Vivrie Lolita
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing


Charlie Tjokrodinata S.Kom., M.Sc.
NIDN 03240980002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun S.sos.,
M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gerland Gerald
NIM : 00000046790
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
UNTUK GRAHA SENTOSA MEMORIAL PARK DAN RUMAH DUKA
SENTOSA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Gerland Gerald)

*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan tugas akhir ini dengan judul: “Perancangan Kampanye Digital Untuk Graha Sentosa Memorial Park dan Rumah Duka Sentosa Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai penulis selama penyusunan tugas akhir ini, melimpahi penulis dengan berkat dan rahmat, dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Tengku Fany Anggraeni, S.Bis.Man, sebagai pembimbing ahli yang sudah memberikan bimbingan, dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Mami, Papi, Gio, Glenn, Oma, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman-Teman dari keluarga kedua saya “Komunitas PK”: Gerald, Putra, Rafael, Lexy, Nathan, Daniel, Robin, Marco, Kefas, Figo, Prim;
9. Teman-Teman dari “No Name FC”: Dmi, Tan Chi Hean, Mark, Marcello, Nicko, Gabriel, Ed, Dennis, Vito, Gerald, Lexy;
10. Adrian, Farrel, Jennifer, Nadya, Jovan, Michelle, Felix, Ritzen dan teman-teman kuliah lain yang sudah menjadi teman penulis selama perkuliahan.

Penulis sadar bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, sehingga penulis sangat terbuka untuk menerima saran, kritik, ataupun masukan yang bersifat membangun. Meskipun demikian, penulis berharap tugas akhir ini dapat dijadikan pembelajaran, motivasi, sumber informasi, dan sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 30 Mei 2024



(Gerland Gerald)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK GRAHA SENTOSA MEMORIAL PARK DAN RUMAH DUKA SENTOSA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

(Gerland Gerald)

ABSTRAK

Jumlah Rumah Duka di DKI Jakarta hanya ada 15 dan jumlah Pemakaman sebanyak 56. maka kebutuhan rumah duka dan pemakaman di DKI Jakarta bisa dikatakan masih sangat besar. Berdasarkan statistic bulanan dinas kependudukan dan pencatatan sipil prov DKI Jakarta pada tahun 2023, tercatat adanya total kematian sejumlah 92,379 ribu total kematian. Digital Marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Kampanye #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS bertujuan untuk meningkatkan *awareness* khalayak tentang Graha Sentosa Memorial Park dan Rumah Duka Sentosa. Kampanye ini akan diadakan di media sosial yaitu Instagram @graha.sentosa dan @rumahdukasentosa. Kampanye ini dilakukan dalam kurun waktu 4 bulan yang dimulai dari tanggal 19 Februari 2024 – 19 Juni 2024. Hasil kampanye digital #PurrfectNutrition meliputi 18 konten Instagram Feeds, 6 konten Instagram Reels, dan 35 konten Instagram Story. Jumlah angka *accounts engaged* sebesar 1041 untuk Instagram @graha.sentosa dan 1121 untuk Instagram @rumahdukasentosa.

Kata kunci: Digital Marketing, Kedukaan, Kematian, #TogetherwithGS, #TogetherwithRDS

DESIGNING A DIGITAL CAMPAIGN FOR GRAHA SENTOSA MEMORIAL PARK AND SENTOSA FUNERAL HOME IN AN EFFORT TO INCREASE BRAND AWARENESS

(Gerland Gerald)

ABSTRACT (English)

The number of funeral homes in DKI Jakarta is only 15 and the number of cemeteries is 56. So the need for funeral homes and cemeteries in DKI Jakarta can be said to still be very large. Based on the monthly statistics of the DKI Jakarta Provincial Population and Civil Registration Service in 2023, a total number of deaths were recorded. 92,379 thousand total deaths. Digital Marketing is an application of the internet and is related to digital technology which includes traditional communication to achieve marketing goals. The #TogetherwithGS and #TogetherwithRDS campaigns aim to increase public awareness about Graha Sentosa Memorial Park and Sentosa Funeral Home. This campaign will be held on social media, namely Instagram @graha.sentosa and @rumahdukasentosa. This campaign was carried out over a period of 4 months starting from 19 February 2024 – 19 June 2024. The results of the #PurrfectNutrition digital campaign include 18 Instagram Feeds content, 6 Instagram Reels content, and 35 Instagram Story content. The number of accounts involved was 1041 for Instagram @graha.sentosa and 1121 for Instagram @rumahdukasentosa.

Keywords: *Death, Digital Marketing, Grief, #TogetherwithGS, #TogetherwithRDS*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya	6
1.3 Kegunaan Karya	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	7
Penelitian Terdahulu	82.1
Teori atau Konsep yang Digunakan.....	102.2
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Tahapan Pembuatan.....	26
3.2 Anggaran	38
3.3 Target Luaran/Publikasi	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Pelaksanaan	39
4.2 Evaluasi.....	57
BAB V SIMPULAN SARAN	63
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Karya Terdahulu	10
Tabel 3 1 Creative Brief Digital Campaign Graha Sentosa dan Rumah Duka Sentosa.....	30
Tabel 3 2 Timeline Kerja Kampanye Digital #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	32
Tabel 3 3 Konsep Konten Feeds	34
Tabel 3 4 Konsep Instagram Story	36
Tabel 3 5 Konsep Instagram Reels	36
Tabel 3 6 Anggaran Pembuatan Karya	38
Tabel 4 1 Pihak Terlihat #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS.....	40
Tabel 4 2 Jumlah Konten @graha.sentosa.....	40
Tabel 4 3 Jumlah Konten @rumahdukasentosa	40
Tabel 4 4 Rincian Konten Pilar @graha.sentosa	40
Tabel 4 5 Rincian Konten @rumahdukasentosa.....	40
Tabel 4 6 Rincian isi Konten Reels #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS...	54
Tabel 4 7 Pihak Terlibat Instagram Reels #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	54
Tabel 4 8 Rincian Target dan hasil Digital Campaign.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 1 Konten Feeds San Diego Hills.....	27
Gambar 3 2 Instagram Rumah Duka Carolus.....	28
Gambar 3 3 Social Media Four Step Model.....	37
Gambar 4 1 Feeds Instagram @graha.sentosa.....	42
Gambar 4 2 Feeds Instagram @rumahdukasentosa.....	43
Gambar 4 3 Konten 1 @graha.sentosa.....	44
Gambar 4 4 Konten 2 @rumahdukasentosa.....	44
Gambar 4 5 Konten 3 @graha.sentosa.....	45
Gambar 4 6 Konten 4 @rumahdukasentosa.....	45
Gambar 4 7 Konten 5 @graha.sentosa.....	46
Gambar 4 8 Konten 6 @rumahdukasentosa.....	46
Gambar 4 9 Konten 7 @graha.sentosa.....	47
Gambar 4 10 Konten 10 @rumahdukasentosa.....	47
Gambar 4 11 Konten 9 @graha.sentosa.....	48
Gambar 4 12 Konten 10 @graha.sentosa.....	48
Gambar 4 13 Konten 11 @rumahdukasentosa.....	49
Gambar 4 14 Konten 12 @graha.sentosa.....	49
Gambar 4 15 Konten 13 @rumahdukasentosa.....	50
Gambar 4 16 Konten 14 @graha.sentosa.....	50
Gambar 4 17 Konten 15 @graha.sentosa.....	51
Gambar 4 18 Konten 16 @rumahdukasentosa.....	51
Gambar 4 19 Konten 17 @graha.sentosa.....	52
Gambar 4 20 Konten 18 @rumahdukasentosa.....	52
Gambar 4 21 Overview hasil #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS.....	58
Gambar 4 22 Overview Account Reached.....	59
Gambar 4 23 Hasil Accounts Engaged.....	60
Gambar 4 24 Hasil Impressions.....	60
Gambar 4 25 Hasil Content Interaction.....	61
Gambar 4 26 Hasil Content Interaction Feeds.....	61
Gambar 4 27 Content Interaction Instagram Reels.....	62
Gambar 4 28 Hasil Content Interaction Instagram Story.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Izin Penggunaan Nama/Merek Perusahaan	68
Lampiran B Formulir Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	69
Lampiran C Konten Instagram Feeds #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	70
Lampiran D Hasil Konten Instagram Feeds #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	71
Lampiran E Caption Instagram Feeds #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	73
Lampiran F Konten Reels #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS.....	79
Lampiran G Hasil Konten Instagram Reels #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	80
Lampiran H Caption Instagram Reels #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	81
Lampiran I Hasil Konten Instagram Story #TogetherwithGS dan #TogetherwithRDS	84
Lampiran J Dokumentasi dengan Pakar Terkait (Marketing Manager PT Harapan Maju Indah: Tengku Fany Anggraeni S.Bis.Man.....	87
Lampiran K Form Bimbingan Dengan Pakar Terkait.....	88
Lampiran L Hasil Turnitin.....	89
Lampiran M CV	90

