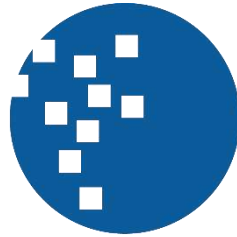


**Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk
Edukasi Kewirausahaan**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Jacqueline

00000057637

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

2024

**Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk
Edukasi Kewirausahaan**



Skripsi Karya

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jacqueline

0000057637

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jacqueline
NIM : 00000057637
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi Karya saya yang berjudul:

Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk Edukasi Kewirausahaan

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 perancangan 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, 29/05/2024



Jacqueline

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk Edukasi Kewirausahaan

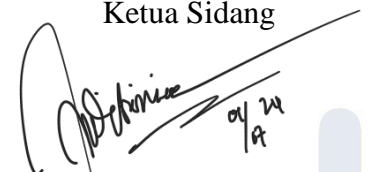
Oleh
Nama : Jacqueline
NIM : 00000057637
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

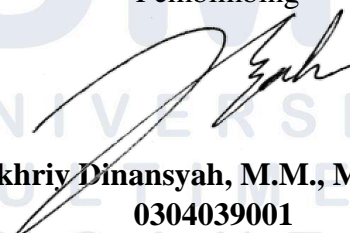
Ketua Sidang


Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo
03113068201

Penguji

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
0325108004

Pembimbing


Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.
0304039001
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA

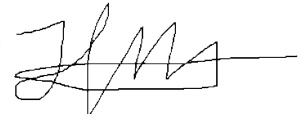
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jacqueline
NIM : 00000057637
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk Edukasi Kewirausahaan

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, 29 Mei 2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



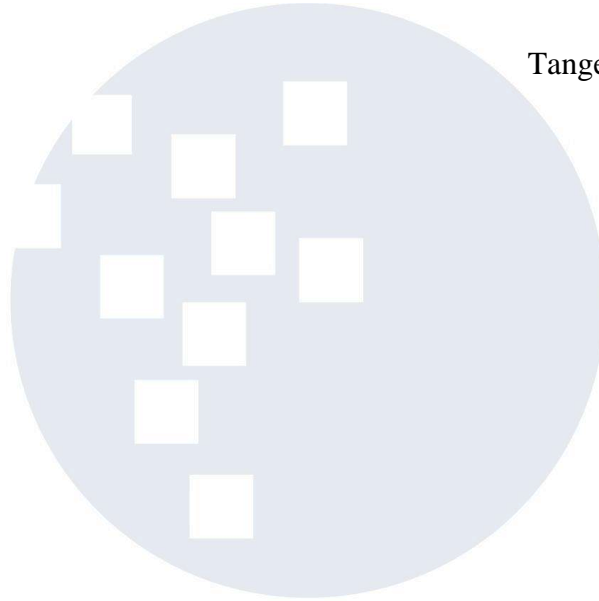
(Jacqueline)

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena sudah memberkati perancang dengan kasih dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi karya dengan judul **“Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk Edukasi Kewirausahaan”** Tugas akhir ini melibatkan banyak hal dan konsultasi dari berbagai pihak, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi karya untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Karena hal tersebut, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga perancang dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Dr. Arsa Widiarsa Utoyo selaku Ketua Sidang dan Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang (harapan) Semoga karya ilmiah ini
7. Bapak Anis Faisal Reza atau yang biasa dikenal dengan Abah Lala yang merupakan ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang telah menjadi tuan rumah dan memberikan arahan terkait tugas akhir.
8. Ibu Resti atau yang biasa dikenal dengan Teh Resti yang menjadi bagian dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan membantu perancang dan mahasiswa lainnya dalam bidang konsumsi saat berada di Lebak.

9. Seluruh relawan Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang telah membantu proses pengumpulan riset lapangan dan penyebaran konten selama program MBKM *Humanity Project Batch 4*.
10. Mahasiswa MBKM *Humanity Project Batch 4* yang saling membantu untuk kesuksesan proyek tugas akhir.



Tangerang, 29 Mei 2024

(Jacqueline)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Rancangan Kampanye Digital Niskala Camp untuk Edukasi Kewirausahaan

Jacqueline

ABSTRAK

Perancangan kampanye digital Niskala dilatarbelakangi dari wilayah Banten yang memiliki rata-rata pengangguran terbuka tertinggi se-Indonesia. Tingginya tingkat pengangguran tersebut disebabkan oleh mentalitas anak muda, tingkat pendidikan yang rendah, dan kemampuan ekonomi yang kurang kuat. Melihat masalah tersebut, kampanye digital yang mengedukasi mengenai pengembangan karakter, asesmen risiko, hipnoterapi & motivasi, dan dasar kewirausahaan menjadi hal yang sangat penting. Pengetahuan mengenai 4 materi tersebut bertujuan untuk memberikan edukasi bahwa anak muda memiliki potensi lain yaitu membuka usaha dan mengetahui mengenai Niskala Camp. Untuk sukses berwirausaha, maka perlu edukasi dan keterampilan berwirausaha. Kampanye digital ini dibuat menggunakan konsep SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) untuk memudahkan perencanaan dan pelaksanaan. Selain itu, dibutuhkan aktivitas pendukung berupa amplifikasi yang bertujuan untuk memperluas khalayak kampanye digital Niskala. Melalui kampanye digital Niskala, terdapat 50 pengikut Instagram Niskala yang menjawab *quiz* seputar 4 materi. Dari 50 orang tersebut, lebih dari 40 orang sudah dapat menjawab semua pertanyaan dengan benar. Kesimpulan dari kampanye digital Niskala menyatakan bahwa edukasi kewirausahaan dapat terealisasi dikarenakan amplifikasi yang dilakukan.

Kata kunci: Asesmen Risiko, *Business Model Canvas*, Kampanye digital, Kewirausahaan, Niskala

Niskala Camp *Digital campaign* Plan for Entrepreneurship Education

Jacqueline

ABSTRACT (English)

The background of the design of the Niskala digital campaign was the Banten region which has the highest average open unemployment rate in Indonesia. The high unemployment rate is caused by the mentality of young people, low levels of education, and weak economic capabilities. Seeing this problem, digital campaigns that educate about character development, risk assessment, hypnotherapy & motivation, and the basics of entrepreneurship are very important. Knowledge of these 4 materials aims to provide education that young people have other potential, namely opening a business and knowing about Niskala Camp. To be successful as an entrepreneur, you need education and entrepreneurial skills. This digital campaign was created using the SOSTAC concept (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) to facilitate planning and implementation. Apart from that, supporting activities are needed in the form of amplification which aims to expand the audience for Niskala's digital campaign. Through the Niskala digital campaign, there were 50 Niskala Instagram followers who answered quizzes about 4 materials. Of the 50 people, more than 40 people were able to answer all the questions correctly. The conclusion of the Niskala digital campaign states that entrepreneurship education can be realized due to the amplification carried out.

Keywords: *Business Model Canvas, Digital campaigns, Entrepreneurship, Niskala, Risk Assessment*

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	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	5
1.3 Kegunaan Karya	5
1.3.1 Kegunaan Akademis	6
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	7
2.1 Karya Terdahulu.....	7
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	12
2.2.1 Kampanye	12
2.2.2 Kampanye Digital	14
2.2.3 Instagram	15
2.2.4 SOSTAC.....	16
2.2.5 Copywriting	19
2.2.6 Visual Communication	21
2.2.7 Manajemen Produksi.....	22
BAB III METODOLOGI PERENCANAAN KARYA.....	24
3.1 Tahapan Pembuatan	24
3.1.1 Situation Analysis	24
3.1.2 Objectives.....	27

3.1.3 Strategi dan Taktik	29
3.1.4 Actions	41
3.1.5 Control	42
3.2 Anggaran	43
3.3 Target Luaran/Publikasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Pelaksanaan	45
4.1.2 Hasil Karya.....	45
A. Konten Instagram <i>Feeds</i>	45
B. Konten Instagram <i>Reels</i>	51
C. Konten Instagram <i>Story</i>	65
4.1 Evaluasi	73
4.2.1 Evaluasi Formatif	73
4.2.2 Evaluasi Sumatif	74
BAB V SIMPULAN SARAN	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107


 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Karya Sejenis	10
Tabel 3. 1 Tabel Analisa <i>SWOT</i>	27
Tabel 3. 2 Tujuan Kampanye menggunakan SMART.....	28
Tabel 4. 1 Konten Instagram <i>Feeds</i>	45
Tabel 4. 2 Tabel Konten Instagram <i>reels</i>	51
Tabel 4. 3 Tabel Konten Instagram <i>story</i>	65
Tabel 4. 4 Tabel Amplifikasi Kampanye Digital Niskala.....	75
Tabel 4. 5 Tabel Final Anggaran Kampanye Digital Niskala.....	78
Tabel 4. 6 Hasil Evaluasi Instagram <i>Feeds</i> Kampanye Digital Niskala	79
Tabel 4. 7 Hasil Hasil Evaluasi Instagram <i>reels</i> Kampanye Digital Niskala.....	82
Tabel 4. 8 Hasil Evaluasi Instagram <i>story</i> Kampanye Digital Niskala.....	85
Tabel 4. 9 Insight Instagram Sebelum dan Setelah Amplifikasi.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Domestik Bruto Negara G20 2022	1
Gambar 1. 2 Tren Ketimpangan Pengeluaran Indonesia 2023	2
Gambar 1. 3 Platform Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan 2023	3
Gambar 2. 1 Framework SOSTAC	16
Gambar 3. 1 Hasil Kuesioner Usia.....	25
Gambar 3. 2 Hasil Kuesioner Asal.....	26
Gambar 3. 3 Hasil Kuesioner Penggunaan Media Sosial	26
Gambar 3. 4 Hasil Kuesioner Penggunaan Platform Media Sosial	27
Gambar 3. 5 <i>Content brief</i>	34
Gambar 3. 6 Content Calendar Instagram <i>Feed</i>	34
Gambar 3. 7 <i>Content Calendar</i> Instagram <i>reels</i> Panjang	35
Gambar 3. 8 <i>Content calender</i> Instagram <i>reels</i> Pendek.....	36
Gambar 3. 9 Font Blanka	36
Gambar 3. 10 Logo Niskala Camp.....	37
Gambar 3. 11 Pembuatan Instagram <i>reels</i> di Aplikasi Benime	40
Gambar 3. 12 Pembuatan <i>VoiceOver</i> Menggunakan ElevenLabs	40
Gambar 3. 13 Proses Penggabungan Video Menggunakan InShot	41
Gambar 4. 1 Jumlah <i>Followers</i> Setelah Amplifikasi	88
Gambar 4. 2 <i>story Quiz Fixed Mindset</i>	89
Gambar 4. 3 <i>story Quiz Growth Mindset</i>	90
Gambar 4. 4 <i>story Quiz</i> Asesmen Risiko	91
Gambar 4. 5 <i>story Quiz</i> Manfaat Asesmen Risiko.....	92
Gambar 4. 6 <i>story Quiz</i> 3 Tahap Asesmen Risiko	93
Gambar 4. 7 <i>story Quiz</i> Hipnoterapi	94
Gambar 4. 8 <i>story Quiz</i> Hipnoterapi Mandiri	95
Gambar 4. 9 <i>story Quiz</i> Aspek <i>Business Model Canvas</i>	96
Gambar 4. 10 <i>story Quiz Business Model Canvas</i>	97

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 LAMPIRAN

Lampiran A Konten Instagram <i>Feeds</i>	107
Lampiran B Konten Instagram <i>reels</i>	108
Lampiran C Konten Instagram <i>story</i>	109
Lampiran D Penyebaran Kampanye ke Grup Line Angkatan Komunikasi 2021 dan 2022	112
Lampiran E Penyebaran Kampanye ke Grup Komunitas Jepang	113
Lampiran F Instagram <i>Ads</i>	114
Lampiran G Pembayaran Instagram <i>Ads</i>	115
Lampiran H Koordinasi dengan Desainer Grafis	116
Lampiran I Pertanyaan <i>Polling</i> Instagram	119
Lampiran J Jawaban <i>Polling</i> Instagram	124
Lampiran K Kalender Konten Instagram <i>Feeds</i>	129
Lampiran L Kalender Konten Instagram <i>reels</i> Pendek dan Panjang	138
Lampiran M Turnitin	159
FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR	167

