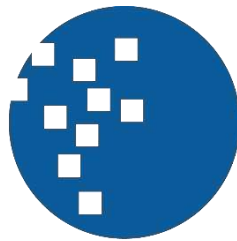


**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL *FOOD GARDEN*
KITA #*TOGETHERWEGROW* DALAM UPAYA
MENGEDUKASI MASYARAKAT MUDA TENTANG
KONSEP *FOOD GARDEN***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Izdiharindra Pratama

00000063507

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

2024

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL *FOOD GARDEN*
KITA #*TOGETHERWEGROW* DALAM UPAYA
MENGEDUKASI MASYARAKAT MUDA TENTANG
KONSEP *FOOD GARDEN***



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Izdiharindra Pratama

00000063507

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : **Izdiharindra Pratama**

NIM : **00000063507**

Program studi : **Ilmu Komunikasi**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul: `

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL *FOOD GARDEN*
KITA #TOGETHERWEGROW DALAM UPAYA
MENGEDUKASI MASYARAKAT MUDA TENTANG
KONSEP *FOOD GARDEN***

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, 30 Mei 2024



Izdiharindra Pratama

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL *FOOD GARDEN*
KITA #*TOGETHERWEGROW* DALAM UPAYA
MENGEDUKASI MASYARAKAT MUDA TENTANG
KONSEP *FOOD GARDEN***

Oleh

Nama : Izdiharindra Pratama

NIM 00000063507

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Sabtu, 15 Juni 2024
Pukul 10.30 s.d 12.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.Ikom
NIDN 0327019001

Penguji

Angga Ariestva, M.Si
NIDN 0311048505

Pembimbing

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.27
18:22:39 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Izdiharindra Pratama
NIM : 00000063507
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Digital *Food Garden Kita*
dalam Upaya Mengedukasi Masyarakat Muda Tentang Konsep *Food Garden*

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.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***).

Tangerang, 20 Mei 2024



Izdiharindra Pratama

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, saya berhasil menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul: **“Perancangan Kampanye Digital *Food Garden* #TogetherWeGrow Kita dalam Upaya Mengedukasi Masyarakat Muda Tentang Konsep *Food Garden*”**. Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga penyusunan laporan ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya ingin 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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Mujahid Shafiq M A Pontoh, S.Si. sebagai Dosen Ahli yang telah memberikan motivasi, saran, dan arahan sehingga tugas akhir ini dapat selesai.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Miftah Farid Maulana yang telah memberikan dukungan emosional dan motivasi dalam proses pembuatan karya ini.
8. Keluarga besar Villa Hejo Kiara Payung dan Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang telah membantu, membimbing, dan memberikan arahan

selama proses perancangan hingga pelaksanaan karya ini. pembimbing lapangan yang telah membantu dalam proses perancangan dan pelaksanaan karya.

9. Teman-teman dan Dosen-dosen Humanity Project Batch 4 yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan proyek serta laporan ini.
10. Pasar Lama Kuyy (Audy Devanty, Freyssidira Putri, Christina Stefani BB, Kitra Riji dan Shafira Fitriani) yang sudah menjadi teman perjuangan sejak awal perkuliahan.

Semoga laporan tugas akhir ini bisa menjadi sumber pembelajaran, memberikan motivasi, menambah wawasan pembelajaran serta sumber informasi dalam perancangan skripsi basis karya, khususnya pada karya kampanye digital.

Tangerang, 03 Juni 2024



Izdiharindra Pratama

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL *FOOD GARDEN*
KITA #TOGETHERWEGROW DALAM UPAYA
MENGEDUKASI MASYARAKAT MUDA TENTANG
KONSEP FOOD GARDEN**

Izdiharindra Pratama

ABSTRAK

Perancangan karya kampanye digital *Food Graden Kita* berfokus pada pentingnya ketahanan pangan dan ekonomi lokal dalam menghadapi berbagai tantangan global, serta peran penting komunitas dalam membangun ketahanan tersebut. Perancangan kampanye digital *Food Garden Kita* bertujuan untuk mengedukasi masyarakat muda mengenai konsep *Food Garden*, sebagai upaya meningkatkan ketahanan pangan, ekonomi lokal, dan resiliensi komunitas di Indonesia. Kampanye ini dirancang menggunakan model SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*), yang membantu dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi digital yang efektif. Perancangan karya ini melibatkan analisis situasi awal, penentuan tujuan kampanye, pengembangan strategi komunikasi, serta taktik dan tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Hasil karya ini, menunjukkan bahwa kampanye digital yang terstruktur dengan baik dan menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan fitur-fitur interaktifnya mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat muda terhadap konsep *food garden*. Kesimpulan dari karya ini menyatakan bahwa edukasi melalui kampanye digital efektif dalam meningkatkan kesadaran terhadap resiliensi komunitas dan ketahanan pangan serta ekonomi lokal.

Kata kunci: eknomi lokal, *food garden*, ketahanan pangan, resiliensi komunitas, SOSTAC.

**DESIGNING THE *FOOD GARDEN KITA*
#TOGETHERWEGROW DIGITAL CAMPAIGN TO
EDUCATE YOUTH ABOUT THE *FOODGARDEN*
CONCEPT**

Izdiharindra Pratama

ABSTRACT (English)

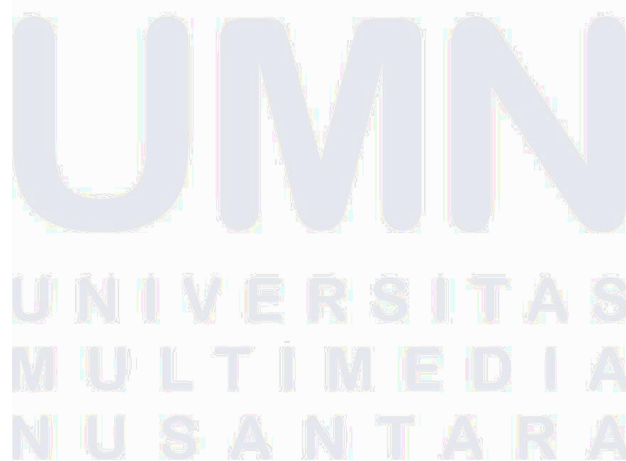
The design of the Food Garden Kita digital campaign focuses on the importance of food security and the local economy in facing various global challenges, as well as the crucial role of the community in building such resilience. The aim of the Food Garden Kita digital campaign is to educate young people about the concept of food gardens as an effort to enhance food security, the local economy, and community resilience in Indonesia. This campaign is designed using the SOSTAC model (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control), which aids in the planning and execution of effective digital communication strategies. The design of this work involves an initial situation analysis, the determination of campaign objectives, the development of communication strategies, as well as the tactics and actions taken to achieve the goals. The results of this work show that a well-structured digital campaign utilizing social media platforms like Instagram and its interactive features can increase awareness and participation among the younger generation regarding the concept of food gardens. The conclusion of this work states that education through digital campaigns is effective in raising awareness about community resilience and food security as well as the local economy.

Keywords: *community resilience, food garden, food security, local economy, SOSTAC.*

DAFTAR ISI

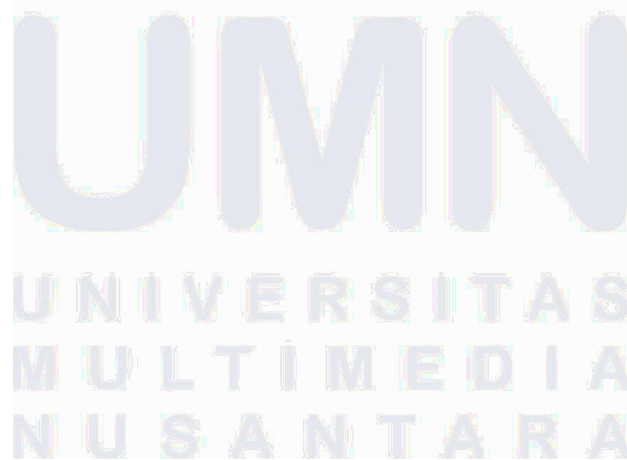
| | |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| <i>ABSTRACT (English)</i> | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| 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 |
| 2.1. Karya Terdahulu..... | 7 |
| 2.2. Teori dan Konsep yang Digunakan | 12 |
| 2.2.1. Teori User and Gratification | 12 |
| 2.2.2. Definisi Kampanye | 14 |
| 2.2.3. Instagram | 17 |
| 2.2.4. Framework SOSTAC..... | 24 |
| 2.2.5. Konsep Food Garden (Kebun Pangan). | 26 |
| BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA | 30 |
| 3.1 Tahapan Pembuatan..... | 30 |
| 3.1.2. Penetapan Objektif (<i>Objective Setting</i>) | 32 |
| 3.1.3. <i>Strategy</i> (Strategi) | 34 |
| 3.1.4. <i>Tactics</i> (Taktik) | 47 |
| 3.1.5. Aksi (<i>Actions</i>) | 55 |
| 3.1.6. <i>Controls</i> (Kontrol)..... | 59 |

| | | |
|---|--|------------|
| 3.2. | Anggaran..... | 59 |
| 3.3. | Target Luaran/Publikasi | 60 |
| BAB IV METODOLOGI PERANCANGAN KARYA..... | | 61 |
| 4.1 | Pelaksanaan | 61 |
| 4.1.1. | Profil Gugus Mitigasi Lebak Selatan..... | 62 |
| 4.1.2. | Hasil Pengumpulan Data | 65 |
| 4.2. | Anggaran Pelaksanaan | 103 |
| 4.3 | Evaluasi. | 105 |
| BAB V SIMPULAN SARAN..... | | 118 |
| 5.1 | Simpulan | 118 |
| 5.2. | Saran..... | 119 |
| 5.2.1. | Saran Akademis..... | 119 |
| 5.2.2. | Saran Praktis | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 121 |
| LAMPIRAN..... | | 125 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| Tabel 3. 1. Analisis SWOT Konsep Food Garden | 32 |
| Tabel 3. 2. Objektif Kampanye dalam Pendekatan SMART | 33 |
| Tabel 3. 3. Konten core message kampanye digital Food Garden Kita | 41 |
| Tabel 3. 4. Timeline perancangan karya kampanye digital Food Garden Kita bulan Maret | 55 |
| Tabel 3. 5. Timeline perancangan karya kampanye digital Food Garden Kita bulan April | 56 |
| Tabel 3. 6. Timeline perancangan karya kampanye digital Food Garden Kita bulan April | 57 |
| Tabel 3. 7. Anggaran kampanye digital Food Garden Kita..... | 59 |
| Tabel 4. 1. Hasil Evaluasi Sharing Photos kampanye digital Food Garden Kita | 104 |
| Tabel 4. 2. Hasil Evaluasi Reels kampanye digital Food Garden Kita..... | 106 |
| Tabel 4. 3. Hasil Evaluasi Stories kampanye digital Food Garden Kita | 107 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1. Jumlah Penduduk Indonesia | 1 |
| Gambar 1. 2. Infografis Program-program GMLS | 4 |
| Gambar 2. 1. Model Kampanye Ostergaard | 20 |
| Gambar 2. 2. SOSTAC Planning Framework..... | 24 |
| Gambar 3. 1. Kompetitor Kampanye Food Garden Kita..... | 37 |
| Gambar 3. 2. Meta Message Strategy Kampanye Food Garden Kita..... | 40 |
| Gambar 3. 3. Contoh Font Faustina..... | 42 |
| Gambar 3. 4. Logo Food Garden Kita | 42 |
| Gambar 3. 5. Ilustrasi Feeds Food Garden Kita | 44 |
| Gambar 3. 6. Ilustrasi Maskot Food Garden Kita “Denta”..... | 44 |
| Gambar 3. 7. color palette Food Garden Kita..... | 45 |
| Gambar 3. 8. Fotografi dan videografi Food Garden Kita | 46 |
| Gambar 3. 9. Referensi Sharing Photos kampanye digital Food Garden Kita | 49 |
| Gambar 3. 10. Referensi Reels kampanye digital Food Garden Kita..... | 50 |
| Gambar 3. 11. Referensi Stories kampanye digital Food Garden Kita..... | 51 |
| Gambar 3. 12. Referensi <i>Collab</i> kampanye digital <i>Food Garden Kita</i> | 52 |
| Gambar 3. 13. Referensi live kampanye digital Food Garden Kita..... | 54 |
| Gambar 4. 1. Logo Gugus Mitigasi Lebak Selatan | 62 |
| Gambar 4. 2. Keluarga besar GMLS Humanity Project Batch 4..... | 63 |
| Gambar 4. 3. Term of Reference dari konsep Food Garden disusun oleh GMLS | 65 |
| Gambar 4. 4. Jenis-jenis Content Pillar | 69 |
| Gambar 4. 5. Contoh konten Sharing Photos dan Feeds Promotional Kampanye Food Garden Kita | 70 |
| Gambar 4. 6. Contoh konten Sharing Photos dan Feeds Entertainmentl Kampanye Food Garden Kita | 71 |
| Gambar 4. 7. Contoh konten Sharing Photos dan Feeds Educational Kampanye Food Garden Kita | 72 |
| Gambar 4. 8. Contoh isi konten Sharing Photos dan Feeds Educational Kampanye Food Garden Kita | 73 |
| Gambar 4. 9. Contoh isi konten Sharing Photos dan Feeds Educational Kampanye Food Garden Kita | 73 |
| Gambar 4. 10. Contoh isi konten Sharing Photos dan Feeds Educational Kampanye Food Garden Kita..... | 74 |
| Gambar 4. 11. Contoh isi konten Sharing Photos dan Feeds Educational Kampanye Food Garden Kita..... | 74 |
| Gambar 4. 12. Contoh konten Sharing Photos dan Feeds Conversational Kampanye Food Garden Kita..... | 76 |
| Gambar 4. 13. Contoh konten Reels Promotional Kampanye Food Garden Kita | 77 |
| Gambar 4. 14. Contoh konten Reels Entertainment Kampanye Food Garden Kita | 78 |
| Gambar 4. 15. Contoh konten Reels Educational Kampanye Food Garden Kita | 79 |
| Gambar 4. 16. Contoh isi konten Reels Educational Kampanye Food Garden Kita | 80 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4. 17. Contoh konten Reels Conversational Kampanye Food Garden Kita | 81 |
| Gambar 4. 18. Contoh konten Stories Promotional Kampanye Food Garden Kita | 82 |
| Gambar 4. 19. Contoh konten Stories Entertainment Kampanye Food Garden Kita | 83 |
| Gambar 4. 20. Contoh konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 84 |
| Gambar 4. 21. Contoh isi konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 85 |
| Gambar 4. 22. Contoh isi konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 86 |
| Gambar 4. 23. Contoh isi konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 87 |
| Gambar 4. 24. Contoh isi konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 88 |
| Gambar 4. 25. Contoh isi konten Stories Educational Kampanye Food Garden Kita | 89 |
| Gambar 4. 26. Contoh konten Stories Conversational kampanye digital Food Garden Kita | 90 |
| Gambar 4. 27. Contoh isi konten Stories Conversational kampanye digital Food Garden Kita | 91 |
| Gambar 4. 28. Contoh isi konten Stories Conversational kampanye digital Food Garden Kita | 92 |
| Gambar 4. 29. Ilustrasi feeds kampanye digital Food Garden Kita | 94 |
| Gambar 4. 30. Desain feeds dengan Reach terbanyak | 95 |
| Gambar 4. 31. Desain Stories dengan Reach terbanyak | 97 |
| Gambar 4. 32. Desain Story dengan Reach terbanyak interaktif | 98 |
| Gambar 4. 33. Desain Story dengan Reach terbanyak interaktif kedua | 99 |
| Gambar 4. 34. Desain Reels dengan Reach terbanyak | 101 |
| Gambar 4. 35. Audiens dalam Meta Ads kampanye digital Food Garden Kita | 103 |
| Gambar 4. 36. Peningkatan Jumlah Followers Instagram | 111 |
| Gambar 4. 37. Diagram Evaluasi 1 | 113 |
| Gambar 4. 38. Diagram Evaluasi 4 | 114 |
| Gambar 4. 39. Diagram Evaluasi 3 | 114 |
| Gambar 4. 40. Diagram Evaluasi 4 | 115 |
| Gambar 4. 41. Diagram Evaluasi 5 | 116 |
| Gambar 4. 42. Diagram Evaluasi 6 | 116 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Pembimbing..... | 125 |
| Lampiran 2. Content Plan Kampanye Digital Food Garden Kita..... | 125 |
| Lampiran 3. Visual Brief Kampanye Digital Food Garden Kita..... | 126 |
| Lampiran 4. Visual Brief Maskot “Denta” Kampanye Digital Food Garden Kita | 127 |
| Lampiran 5. Content Material Kampanye Digital Food Garden Kita | 128 |
| Lampiran 6. copywriting Kampanye Digital Food Garden Kita | 130 |
| Lampiran 7. Ilustrasi Share Photos dan Feeds serta Reels Thumbnails Kampanye Digital Food Garden Kita..... | 131 |
| Lampiran 8. Pengajuan Narasumber Kepada Ibu Diah Widuretno dari Sekolah Pagesangan | 131 |
| Lampiran 9. Pengajuan Narasumber dan Kolaborasi Kepada Abah Lala dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan..... | 132 |
| Lampiran 10. Lampiran Bukti Transfer Hasil Sesi Donasi Food Garden Kita ... | 133 |
| Lampiran 11. Partisipasi Sesi Donasi <i>Food Garden Kita</i> | 133 |
| Lampiran 12. Foto Penyerahan Hasil Sesi <i>Donasi Food Garden Kita</i> dengan Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan | 134 |
| Lampiran 13. Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Ahli | 134 |
| Lampiran 14. Form Konsultasi Skripsi atau Tugas Akhir Dosen Pembimbing .. | 135 |
| Lampiran 15. Form Konsultasi Skripsi atau Tugas Akhir Dosen Ahli | 136 |
| Lampiran 16. Hasil Turnitin | 137 |
| Lampiran 17. CV Izdiharindra Pratama | 138 |

