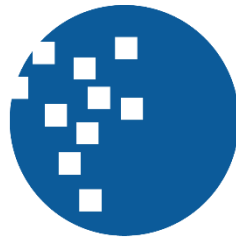


**STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_INDO DI
INSTAGRAM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Kayla Evangeline Setiawan

0000053683

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

2025

**STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_INDO DI
INSTAGRAM**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Kayla Evangeline Setiawan

00000053683

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

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kayla Evangeline Setiawan
NIM : 00000053683
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_INDO DI INSTAGRAM

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, 16 Desember 2024



(Kayla Evangeline S.)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_INDO DI INSTAGRAM

Oleh
Nama : Kayla Evangeline Setiawan
NIM : 00000053683
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si
NIDN 0318118203

Penguji

Helga Liliani C. D., S. I.kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Pembimbing

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kayla Evangeline Setiawan
NIM : 00000053683
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **STRATEGI DIGITAL
CAMPAIGN @BAHTERALG_IND0 DI INSTAGRAM**

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, 16 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Kayla Evangeline Setiawan)

** 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

Puji Syukur saya panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_IND0 DI INSTAGRAM** ”. Tugas ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam prosesnya, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Ibu Cendera Rizky Anugrah, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Bapak Anton Binsar, S. Sos., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
- 5) David Christian The, S,Ikom., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
- 6) Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan skripsi berbasis karya ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa

Tangerang, 16 Desember 2024



Kayla Evangeline S.

STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN @BAHTERALG_INDO DI INSTAGRAM

Kayla Evangeline Setiawan

ABSTRAK

Pembuatan *digital campaign* berfungsi untuk meningkatkan aktivitas dan efektivitas pemasaran melalui sebuah platform digital, salah satu media yang bisa digunakan adalah Instagram. PT Bahtera Lintas Global menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai salah satu saluran pemasaran karena aktivitas Instagram yang belum maksimal. Dengan pendekatan berbasis karya, tugas akhir ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi *digital campaign* yang menarik, relevan, dan sesuai dengan nilai serta tujuan perusahaan. Metodologi yang digunakan dalam pembuatan kampanye ini melibatkan analisis terhadap tren pemasaran digital, pemahaman terhadap audiens target, dan identifikasi konten yang paling efektif untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*. Konten yang dibuat mencakup berbagai format seperti gambar, video pendek, infografis, serta *storytelling* yang disesuaikan dengan karakteristik Instagram sebagai platform visual. Hasil dari pembuatan konten ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam hal peningkatan jumlah *followers*, *reached account*, dan interaksi dengan audiens. Selain itu, laporan ini juga memberikan langkah untuk pengelolaan akun Instagram secara berkelanjutan guna memastikan peningkatan aktivitas dan keberhasilan strategi *digital campaign* yang diterapkan di PT Bahtera Lintas Global.

Kata kunci: *Digital Campaign*, Instagram, PT Bahtera Lintas Global

DIGITAL CAMPAIGN STRATEGY @BAHTERALG_INDO ON INSTAGRAM

Kayla Evangeline Setiawan

ABSTRACT

The creation of digital campaigns serves to enhance the activity and effectiveness of marketing through platforms, with Instagram being one of the viable media options. On the other hand, PT Bahtera Lintas Global faces challenges in optimizing social media as a marketing channel due to its relatively inactive Instagram presence. With a content-based approach, this final project aims to design and implement a digital campaigns strategy that is engaging, relevant, and aligned with the company's values and objectives. The methodology used in this content creation involves analyzing digital marketing trends, understanding the target audience, and identifying the most effective content types to increase engagement and brand awareness. The content created includes various formats such as images, short videos, infographics, and storytelling tailored to Instagram's visual nature. The results of this content creation are expected to have a positive impact in terms of increasing the number of followers, reached account and audience interaction. Additionally, this report provides recommendations for the continuous management of the Instagram account to ensure increased activity, and the success of the digital campaign strategy implemented at PT Bahtera Lintas Global.

Keywords: *Digital Campaign, Instagram, PT Bahtera Lintas Globalindo*

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	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Tujuan Karya	6
1.3 Kegunaan Karya	6
1.3.1 Kegunaan Akademis	6
1.3.2 Kegunaan Praktis	7
1.3.3 Kegunaan Sosial	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Referensi Karya Sejenis	8
2.2 Landasan Konsep	13
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	23
3.1 Tahapan Pembuatan	23
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	23
3.1.2 Metode Perancangan Karya	23
3.1.2.1 Situation Analysis	24
3.1.2.2 Objective	24
3.1.2.3 Strategy	26
3.1.2.4 Tactics	28
3.1.2.5 Action	30

3.1.2.6 <i>Control</i>	32
3.2 Rencana Anggaran.....	33
3.3 Target Luaran Publikasi	34
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	35
4.1 Strategi Perancangan & Implementasi Karya	35
4.1.1 <i>Situation Analysis</i>	35
4.1.2 <i>Objective</i>	38
4.1.3 <i>Strategy</i>	38
4.1.4 <i>Tactics</i>	45
4.1.5 <i>Action</i>	47
4.1.6 <i>Control dan Monitoring</i>	54
4.2 Anggaran.....	56
4.3 Evaluasi.....	57
BAB V SIMPULAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Akademis.....	58
5.2.2 Saran Praktis.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62
A. Turnitin	62
B. Form Pertemuan dengan Dosen Pembimbing	63
C. Form Bimbingan Dengan Pembimbing Ahli	65
D. Surat Pernyataan Penggunaan Merek	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peninjauan Karya Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Tabel Hubungan Aksi Sosial dan Keuntungan Bisnis	17
Tabel 2. 3 Ukuran Rasio Feed Instagram.....	19
Tabel 3. 1 House Messages Content PT BLG	29
Tabel 3. 2 Perencanaan Pelaksanaan Kampanye Digital	31
Tabel 3. 3 Rencana Anggaran	33
Tabel 4. 1 SWOT PT BLG.....	36
Tabel 4. 2 STP Pembuatan Konten PT BLG	41
Tabel 4. 3 Content Pillar	43
Tabel 4. 4 Link Hasil Konten Kampanye Digital Get to Know Us More.....	53
Tabel 4. 5 Total Anggaran	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Transportasi Logistik di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Logo PT Bahtera Lintas Globalindo	3
Gambar 1. 3 Data Penggunaa Media Sosial di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Konten Instagram PT BLG Saat Ini	5
Gambar 2. 1 Referensi Konten.....	12
Gambar 2. 2 Color Palette Content	12
Gambar 3. 1 Timeline Konten Feeds Kampanye Get to Know Us More	32
Gambar 4. 1 Konten IG PT BLG 2022	37
Gambar 4. 2 Konten IG Kompetitor	37
Gambar 4. 3 Rata-Rata Usia Wirausahawan di Indonesia	38
Gambar 4. 4 Rata-Rata Umur Pengguna Instagram 2024.....	39
Gambar 4. 5 Targeting Ads Instagram Reels	41
Gambar 4. 6 Timeline Konten PT Bahtera Lintas Globalindo.....	48
Gambar 4. 7 Timeline Instagram Story	48
Gambar 4. 8 Storyboard Feeds PT BLG	49
Gambar 4. 9 Color Pallete dan Font konten Instagram	50
Gambar 4. 10 Hasil Posting Content di @bahteralg	52
Gambar 4. 11 Highlights IG Stories Selama 7 Hari.....	52
Gambar 4. 13 Professional Dashboard IG PT Bahtera Lintas Globalindo	54
Gambar 4. 14 Instagram Insight PT BLG	55

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Turnitin.....	59
B. Form Pertemuan dengan Dosen Pembimbing.....	60
C. Form Pertemuan dengan Pembimbing Ahli.....	62
D. Surat Pernyataan Penggunaan Merek.....	63



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA