

**KAMPANYE DIGITAL MNC LEASING DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT PADA
LAYANANAN PEMBIAYAAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Kezia Filiani Kurniawan

0000055104

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

2024

**KAMPANYE DIGITAL MNC LEASING DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT PADA
LAYANANAN PEMBIAYAAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Kezia Filiani Kurniawan

00000055104

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kezia Filiani Kurniawan
NIM : 00000055104
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berbasis karya saya yang berjudul:

KAMPANYE DIGITAL MNC LEASING DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT PADA LAYANANAN PEMBIAYAAN

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, 15 Desember 2024



Kezia Filiani Kurniawan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

KAMPANYE DIGITAL MNC LEASING DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT PADA LAYANANAN PEMBIAYAAN

Oleh

Nama : Kezia Filiani Kurniawan
NIM : 00000055104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 13 Januari 2025

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut


Ketua Sidang


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

Penguji


Azelia Faramita, S.S., M.M.
NIDN 0308128501

Pembimbing


Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 030478404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kezia Filiani Kurniawan

NIM : 00000055104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :
Kampanye Digital MNC Leasing dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat pada Layanan Pembiayaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2024



Kezia Filiani Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan Skripsi berbasis karya ini dengan judul “Kampanye Digital MNC Leasing dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat pada Layanan Pembiayaan” yang didukung oleh seluruh pihak terkait.

Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. 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 Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Asep Sutresna, M.A. selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Pirie Mare Tramontane, S.Sn., M.A. selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya, Mami, Papi, Karin, Leilei, Nila, dan Christian yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 15 Desember 2024



Kezia Filiani Kurniawan

KAMPANYE DIGITAL MNC LEASING DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT PADA LAYANANAN PEMBIAYAAN

Kezia Filiani Kurniawan

ABSTRAK

Di era digital ini, media sosial khususnya Instagram telah menjadi wadah bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi dengan cara berkampanye. Kampanye digital dipercaya dapat memberikan efek bagi perusahaan dalam meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau layanan perusahaan. Karya ini dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek MNC Leasing sebagai perusahaan pemberi layanan perusahaan, dan meningkatkan literasi keuangan yang berujung pada peningkatan minat konsumen terhadap pembiayaan. Kampanye ini menggunakan *framework* SOSTAC untuk membantu strategi perencanaan, melaksanakan, dan evaluasi kampanye. Karya ini dibuat dengan konsep-konsep seperti *Business-to-Business* (B2B), *digital marketing*, kampanye digital, dan literasi keuangan. Hasil rancangan karya ini mendapatkan 710 interaksi dengan publik, dan analisis data menunjukkan bahwa kampanye ini telah mencapai keberhasilan dengan melampaui target kinerja yang ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa tujuan kampanye telah tercapai secara efektif.

Kata kunci: MNC Leasing, Literasi Keuangan, SOSTAC *Framework*



DIGITAL CAMPAIGN STRATEGY MNC LEASING TO INCREASE PUBLIC AWARENESS OF FINANCIAL SERVICES

Kezia Filiani Kurniawan

ABSTRACT

In this digital era, social media, especially Instagram, has become a forum for companies to carry out promotional activities by means of campaigns. It is believed that digital campaigns can have an effect on companies in increasing consumer interest in the company's products or services. This work was created with the aim of increasing brand awareness of MNC Leasing as a company providing corporate services, and increasing financial literacy which will lead to increased consumer interest in financing. This campaign uses the SOSTAC framework to help plan, implement and evaluate campaign strategies. This work was created with concepts such as Business-to-Business (B2B), digital marketing, digital campaigns, and financial literacy. The results of this work design received 710 interactions with the public, and data analysis shows that this campaign has achieved success by exceeding the set performance targets. This indicates that the campaign objectives have been achieved effectively.

Keywords: MNC Leasing, Financial Literacy, SOSTAC Framework



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya	7
1.3 Kegunaan Karya	8
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	8
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.3.3 Kegunaan Sosial	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Referensi Karya.....	9
2.2 Landasan Konsep.....	15
2.2.1 <i>Business-to-Business (B2B)</i>.....	15
2.2.2 <i>Digital marketing</i>	18
2.2.3 Kampanye Digital.....	20
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	22
3.1 Tahapan Pembuatan.....	22
3.1.1. Pra produksi.....	22
3.2. Rencana Anggaran	31
3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI	32
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	33
4.1 Strategi Perancangan.....	33

4.1.1 Hasil Analisis Perusahaan.....	33
4.1.2 Hasil Target Khalayak	35
4.1.3 Strategi Pesan	38
4.2 Implementasi Karya	41
4.2.1.1 Hasil Konten Instagram Feeds	43
4.2.2 Instagram Story	56
4.2.3 Instagram Reels.....	58
4.3 Evaluasi.....	61
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis.....	66
LAMPIRAN.....	69
Lampiran A. Konsultasi Form	69
Lampiran B. Konsultasi Form	71
Lampiran C. Dokumentasi Bimbingan Dengan Dosen Ahli 1	72
Lampiran D. Dokumentasi Bimbingan Dengan Dosen Ahli 2	72
Lampiran E. Surat Izin Tertulis	73
Lampiran F. Turnitin.....	74
Lampiran G. Curriculum Virtae (CV).....	81



 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya.....	12
Tabel 3.1 Penjelasan SWOT	25
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	24
Tabel 3.3 <i>Timeline Digital Campaign</i> MNC Leasing.....	28
Tabel 3.4 Konten Feeds.....	29
Tabel 3.5 Rencana Anggaran	33
Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT MNC Leasing.....	36
Tabel 4.2 Hasil Target Khalayak	37
Tabel 4.3 Konten Instagram Story	57
Tabel 4.4 Konten Instagram Reels.....	59
Tabel 4.5 Target dan Hasil Konten Kampanye.....	61

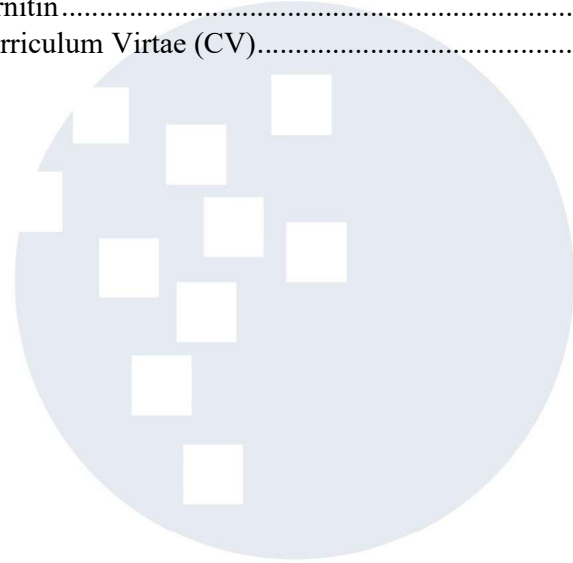


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Posisi Keuangan Perusahaan Pembiayaan	1
Gambar 1.2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan	6
Gambar 4.1 Hasil Rentang Usia.....	37
Gambar 4.2 Message <i>House</i> Kampanye Digital	38
Gambar 4.3 Konten Pilar Kampanye Digital	42
Gambar 4.4 Feeds Instagram 1.....	44
Gambar 4.5 Feeds Instagram 2.....	44
Gambar 4.6 Feeds Instagram 3.....	45
Gambar 4.7 Feeds Instagram 3.....	45
Gambar 4.8 Feeds Instagram 5.....	46
Gambar 4.9 Feeds Instagram 6.....	46
Gambar 4.10 Feeds Instagram 7.....	47
Gambar 4.11 Feeds Instagram 8.....	48
Gambar 4.12 Feeds Instagram 9.....	48
Gambar 4.13 Feeds Instagram 10.....	49
Gambar 4.14 Feeds Instagram 11.....	50
Gambar 4.15 Feeds Instagram 12.....	50
Gambar 4.16 Feeds Instagram 13.....	51
Gambar 4.17 Feeds Instagram 14.....	51
Gambar 4.18 Feeds Instagram 15.....	52
Gambar 4.19 Feeds Instagram 16.....	52
Gambar 4.20 Feeds Instagram 17.....	53
Gambar 4.21 Feeds Instagram 18.....	54
Gambar 4.22 Feeds Instagram 19.....	54
Gambar 4.23 Feeds Instagram 20.....	55
Gambar 4.24 Feeds Instagram 21.....	55
Gambar 4.25 Feeds Instagram 22.....	56
Gambar 4.26 Karya Konten Instagram Reels	60
Gambar 4. 27 Hasil <i>Interaction</i> Instagram.....	62
Gambar 4. 28 Total <i>Viewers</i> dan <i>Account Reach</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Konsultasi Form	69
Lampiran B. Konsultasi Form.....	71
Lampiran C. Dokumentasi Bimbingan dengan Dosen Ahli 1	72
Lampiran D. Dokumentasi Bimbingan dengan Dosen Ahli 2	72
Lampiran E. Surat Izin Tertulis.....	73
Lampiran F. Turnitin.....	74
Lampiran G. Curriculum Virtae (CV).....	81



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA