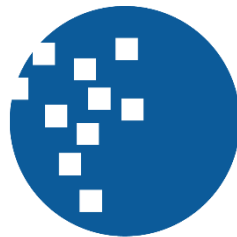


**KAMPANYE DIGITAL RAYAKAN NUSANTARA SEBAGAI
SARANA SOSIALISASI NILAI KENUSANTARAAN
KEPADA MAHASISWA UMN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI KARYA

**Irene Glory Santoso
00000036793**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**KAMPANYE DIGITAL RAYAKAN NUSANTARA SEBAGAI
SARANA SOSIALISASI NILAI KENUSANTARAAN
KEPADA MAHASISWA UMN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Irene Glory Santoso

0000036793

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Irene Glory Santoso

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036793

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Karya dengan judul:

**KAMPANYE DIGITAL RAYAKAN NUSANTARA SEBAGAI SARANA
SOSIALISASI NILAI KENUSANTARAAN KEPADA MAHASISWA UMN**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Desember 2024



Irene Glory Santoso

U M N
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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Karya dengan judul

**KAMPANYE DIGITAL RAYAKAN NUSANTARA SEBAGAI SARANA
SOSIALISASI NILAI KENUSANTARAAN KEPADA MAHASISWA UMN**

Oleh

Nama : Irene Glory Santoso

NIM : 00000036793

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari, Jumat, 10 Januari 2025

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr.Indiwani Seto Wahyu Wibowo, M.Si
0308036601

Penguji



Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.
0309109001

Peribimbing

Digitally signed by

Irwan Fakhruddin

Date: 2025.01.28

17:01:32 +07'00'

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN 0331077503

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed

by Cendera Rizky

Anugrah Bangun

Date: 2025.01.28

19:43:00 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 030408404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH


Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irene Glory Santoso
NIM : 00000036793
Program Studi : Komunikasi Strategis
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Kampanye Digital Rayakan Nusantara
sebagai Sarana Sosialisasi Nilai
Kenusantaraan kepada Mahasiswa UMN

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, 16 Desember 2024


Irene Glory Santoso

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya naikkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas berkat dan kemurahanNya, penulisan skripsi karya ini dapat saya selesaikan. Oleh karena itu, saya hendak mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung saya:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Orangtua, saudara, dan sahabat yang telah memberikan dukungan moral dan materil, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi karya ini.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 16 Desember 2024



Irene Glory Santoso

Kampanye Digital Rayakan Nusantara sebagai Sarana Sosialisasi Nilai Kenusantaraan kepada Mahasiswa UMN

Irene Glory Santoso

ABSTRAK

Rayakan Nusantara bertujuan mengeksplorasi nilai-nilai Nusantara melalui media digital sebagai sarana penguatan identitas budaya di kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Latar belakang penelitian ini berangkat dari kekhawatiran akan semakin pudarnya pemahaman generasi muda terhadap budaya lokal akibat globalisasi dan minimnya representasi budaya Nusantara di media sosial. Variabel yang dikaji meliputi tingkat pemahaman, penerapan, dan efektivitas konten digital berbasis nilai-nilai Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media utama mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap nilai-nilai Nusantara, khususnya melalui penyampaian pesan yang kreatif seperti foto cerita, IG Live, dan kuis interaktif. Namun, keberhasilan ini bergantung pada konsistensi penyajian konten yang relevan dengan preferensi audiens. Kesimpulannya, integrasi nilai-nilai budaya dalam media digital dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat identitas budaya generasi muda sekaligus memperluas jangkauan nilai Nusantara di era digital.

Kata kunci: nilai Nusantara, media digital, identitas budaya, Instagram, mahasiswa

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Rayakan Nusantara Digital Campaign as A Channel to Socialise Kenusantaraan Value to UMN Students

Irene Glory Santoso

ABSTRACT

Rayakan Nusantara aims to explore Nusantara values through digital media as a means of strengthening cultural identity among students of Universitas Multimedia Nusantara (UMN). The background of this research stems from concerns about the fading understanding of local culture among the younger generation due to globalization and the lack of representation of Nusantara culture on social media. The variables studied include the level of understanding, application, and effectiveness of digital content based on Nusantara values. The research results show that the use of Instagram as the main medium can increase students' awareness of Nusantara values, especially through creative messaging such as photo stories, IG Live sessions, and interactive quizzes. However, its success depends on the consistency of presenting content that aligns with audience preferences. In conclusion, integrating cultural values into digital media can be an effective strategy to strengthen the cultural identity of the younger generation while expanding the reach of Nusantara values in the digital era.

Keywords: *Nusantara values, digital media, cultural identity, Instagram, university students*

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
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
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.3.1 Kegunaan Praktis.....	7
1.3.1 Kegunaan Sosial.....	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan.....	12
2.2.1 Kampanye Digital.....	12
2.2.2 Kampanye Media Sosial	15
2.2.3 Konsep Media Sosial	18
2.2.4 Konsep Instagram.....	25
2.2.5 Literasi Media Digital.....	26
2.2.6 Social and Behavior Change Communication	28
2.2.7 Social Influence Theory.....	30
2.2.8 Visual Communications.....	30
2.2.9 Manajemen Produksi	32
2.2.10 Copywriting.....	33

2.2.11 Social Marketing	34
2.2.12 Nilai Kenusantaraan	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Tahapan Pembuatan	37
3.1.1 Perencanaan Konsep.....	37
3.1.1.1 SOSTAC.....	37
3.1.1.2 Benchmarking.....	41
3.1.1.3 5C Analysis.....	44
3.1.2 Metode dan Hasil Pengumpulan Data	47
3.1.2.1 Hasil Kuesioner.....	48
3.1.3 Penyusunan Strategi Kampanye.....	51
3.1.3.1 Creative Brief	51
3.1.3.2 Identitas Brand.....	53
3.1.4 Pengembangan Konten	57
3.1.4.1 Key Message.....	57
3.1.4.2 Tipe Konten	58
3.1.4.3 Pillar Konten.....	59
3.1.5 Perincian Konten	60
3.1.5.1 Instagram Feeds	60
3.1.5.2 Instagram Story.....	63
3.1.5.3 Instagram Reels.....	65
3.2 Timeline.....	67
3.3 Anggaran	68
3.4 Target Luaran/ Publikasi	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Hasil Karya	70
4.1.2 Manajemen Produksi	70
4.1.2.1 Pra-produksi.....	70
4.1.2.2 Produksi.....	72
4.1.2.3 Pasca-produksi.....	73

4.2 Evaluasi	73
4.2.1 Evaluasi Konten	73
4.2.1.1 Key Performance Indicator.....	73
4.2.1.2 Konten dengan Performa Tertinggi	76
4.2.2 Evaluasi Konten menurut Hasil Kuesioner.....	81
4.2.2.1 Evaluasi Konten - Copy & Visual	81
4.2.2.2 Evaluasi Konten - Fungsionalitas	83
4.3 Temuan Riset	88
4.4 Penyusunan Laporan	91
BAB V SIMPULAN SARAN.....	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran Akademis	95
5.2.2 Saran Praktis.....	95
5.3 Revisi Pelaksanaan Kampanye	96
5.3.1 Penggunaan Bahasa Indonesia Belum Baik dan Benar	96
5.3.2 Kegiatan Promosi Kampanye Belum Optimal	97
5.3.3 Waktu Pengunggahan Konten Belum Teratur.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
References	102
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1. Creative Brief.....	51
Tabel 3. 2. Konten Instagram Feeds Rayakan Nusantara	60
Tabel 3. 3. Konten Instagram Story Rayakan Nusantara	63
Tabel 3. 4. Konten Instagram Reels Rayakan Nusantara.....	65
Tabel 3. 5. Timeline Kampanye Digital Rayakan Nusantara.....	67
Tabel 3. 6. Anggaran Kampanye Digital Rayakan Nusantara	68
Tabel 4. 1. Rekan yang terlibat dalam proses pelaksanaan kampanye Rayakan Nusantara.....	70
Tabel 4. 2. <i>Impressions</i> Kampanye Rayakan Nusantara.....	74
Tabel 4. 3. Kuesioner Evaluasi Copy & Visual Rayakan Nusantara.....	81
Tabel 4. 4. Temuan Riset Kampanye Rayakan Nusantara.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Media sosial yang sering digunakan civitas akademika UMN	39
Gambar 3. 2. Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 3. 3. Status Responden.....	48
Gambar 3. 4. Usia Responden	49
Gambar 3. 5. Media sosial yang sering digunakan civitas akademika UMN	49
Gambar 3. 6. Durasi Aktif Bermedia Sosial Responden.....	50
Gambar 3. 7. Motif Responden dalam Bermedia Sosial.....	50
Gambar 3. 8. Logo Rayakan Nusantara	53
Gambar 3. 9. Color Palette Rayakan Nusantara	56
Gambar 3. 10. Font Rayakan Nusantara	56
Gambar 3. 11. Elemen Abstrak Rayakan Nusantara	56
Gambar 3. 12. Content Marketing Matrix.....	58
Gambar 3. 13. Instagram @menemukenali.....	40
Gambar 3. 14. Instagram @menjaditenteram.....	42
Gambar 4. 1. Instagram Analytics - Accounts Reached.....	75
Gambar 4. 2. Instagram Analytics - Accounts Engaged.....	75
Gambar 4. 3. Instagram Analytics - Views, Accounts Reached	76
Gambar 4. 4. Desain Instagram Feeds Paris Barantai.....	77
Gambar 4. 5. Desain Instagram Reels Bicara Nusantara	79
Gambar 4. 6. Desain Instagram Feeds Cintai Nusantara dengan Love Language	80
Gambar 4. 7. Kemampuan Responden dalam Memahami dan Menyerap Konten.....	83
Gambar 4. 8. Responden dan Motivasi Menyukai Konten	84
Gambar 4. 9. Responden dan Motivasi Berkomentar	85
Gambar 4. 10. Responden dan Motivasi Membagikan Konten	86
Gambar 4. 11. Kecocokan Konten dan Platform Instagram	87
Gambar 4. 12. Kemungkinan Responden untuk Merekomendasikan Kampanye ke Sesama	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Konsultasi Skripsi/Tugas Akhir	96
Lampiran 2. Formulir Turnitin	98
Lampiran 3. CV Penulis Skripsi	99
Lampiran 4. Surat Izin Penggunaan Brand	100
Lampiran 5. Dokumentasi	101
Lampiran 6. Templat Desain Visual	102
Lampiran 7. Rekaman Wawancara dengan Pak Ninok.....	103



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA