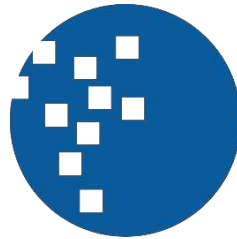


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
PODCAST RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN  
ENGAGEMENT GENERASI MUDA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**PATRICIA LORENA**

**00000055291**

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

**2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
PODCAST RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN  
ENGAGEMENT GENERASI MUDA**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**PATRICIA LORENA**

**0000055291**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patricia Lorena

Nomor Induk Mahasiswa 00000055291

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *PODCAST* RESEP DARI ALAM  
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* GENERASI MUDA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Desember 2024



Patricia Lorena

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *PODCAST* RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* GENERASI MUDA

Oleh

Nama : Patricia Lorena  
NIM 00000055291  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 13 Januari 2025  
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Digitally signed  
Lavietha  
Date: 2025.01.26  
23:11:03 +0700

**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom.,**

**M.I.Kom.**

**NIDN 0327019001**

Penguji

Digitally signed by  
Irwan Fakhruddin,  
S.Sn., M.I.Kom.

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

Date: 2025.01.26  
19:21:35 +07:00

**NIDN 0331077503**

Pembimbing

**Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.**

**NIDN 0308117706**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.01.28 09:33:22  
+0700

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

**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama :Patricia Lorena  
NIM 00000055291  
Program Studi :Ilmu Komunikasi  
Jenjang :S1  
Judul Karya Ilmiah :PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
*PODCAST RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT*  
GENERASI MUDA

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, 20 Desember 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Patricia Lorena

\* 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 Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul:

**“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *PODCAST* RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* GENERASI MUDA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi berbasis karya ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, 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 Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Inco Hary Perdana selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak DR (C) Ilham Ramdana S.ST, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Sidang dan Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Abah Lala atau Bapak Anis Faisal Reza dan Teh Resti atau Ibu Resti Yuliani selaku pembimbing lapangan selama pembuatan karya di Panggarangan, Bayah, Lebak Selatan.
7. Ibu dr. Muthoharrah, M.Si, Ibu dr. Dian Elco Nora, M.Si, Ibu Resti Yuliani, Ibu dr. Rianti Maharani, M.Si, Ibu Dr. dr. Siti Fadilah Supari, Sp.JP(K) yang

telah membantu dan bersedia untuk hadir menjadi narasumber *podcast* Resep dari Alam.

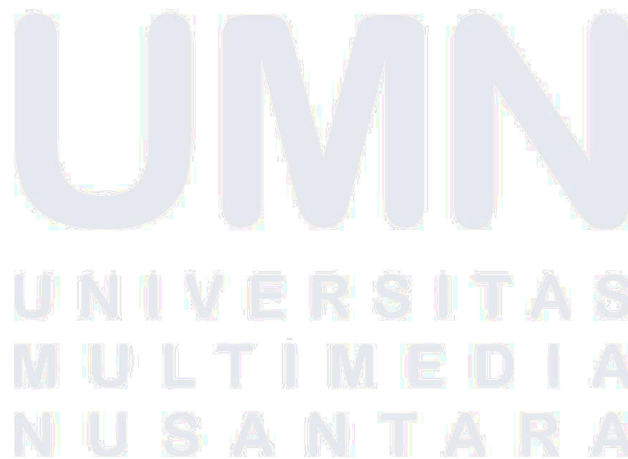
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Malcolm Budiang, Claurinda Clarissa, Lily Erniana, Levita Chen, dan Juan Andreas sebagai teman sekelompok JAHERA (Jelajahi Herbal Nusantara) yang telah membantu selama proses produksi karya dan penulisan skripsi.
10. Audrey Defia Hermawan dan Marshanda Azalia selaku sahabat yang memberikan dukungan secara emosional selama proses pembuatan skripsi karya.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Desember 2024



Patricia Lorena



# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *PODCAST* RESEP DARI ALAM UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* GENERASI MUDA

Patricia Lorena

## ABSTRAK

Indonesia dengan keanekaragaman hayati yang beragam, memiliki sejarah panjang pemanfaatan tanaman herbal untuk kesehatan. Namun, dominasi obat farmasi modern telah menurunkan popularitas herbal, terutama di kalangan generasi muda. Tujuan karya ini adalah menghidupkan kembali kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap herbal melalui pendekatan sosial melalui media digital yang inovatif. Teori/konsep yang digunakan meliputi komunikasi media massa, pemasaran digital, strategi produksi *podcast*, dan kampanye sosial. Metode perancangan karya terdiri dari strategi kampanye digital dan proses produksi *podcast*. Hasil karya menunjukkan peningkatan daya tarik herbal sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan solusi untuk mengatasi skeptisisme serta kurangnya informasi. Dengan menggabungkan komunikasi media massa, strategi digital *marketing*, produksi *podcast*, dan kampanye sosial, karya ini berupaya menjadikan tanaman herbal relevan kembali dalam gaya hidup sehat di era modern untuk generasi muda.

**Kata kunci:** Tanaman Herbal, Kampanye Digital, Kampanye Sosial, Generasi Muda, *Podcast* Resep dari Alam



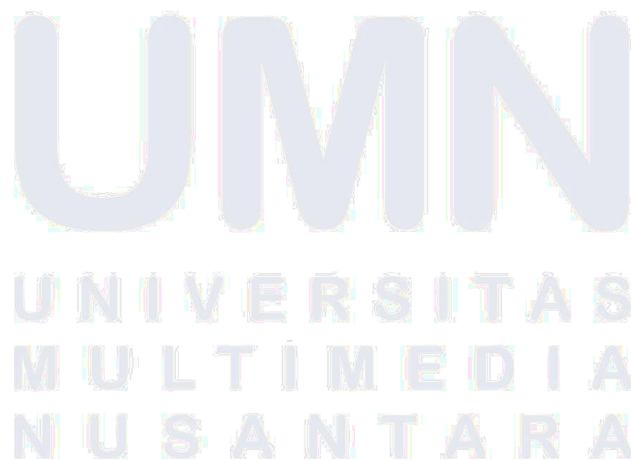
# ***SOCIAL CAMPAIGN FOR RESEP DARI ALAM PODCAST TO INCREASE ENGAGEMENT AMONG THE YOUNG GENERATION***

Patricia Lorena

## ***ABSTRACT***

*The background of this study highlights Indonesia's reputation as a country with remarkable biodiversity and a long history of utilizing herbal plants for health purposes. However, the growing dominance of modern pharmaceuticals has reduced the popularity of herbal remedies, particularly among younger generations. This study seeks to revitalize public awareness and trust in herbal medicine through innovative use of digital and social media platforms. The study integrates theories of mass communication, digital marketing, podcast production, and social campaigning. The project concludes by reaffirming the relevance of herbal remedies in a healthy modern lifestyle for younger generation.*

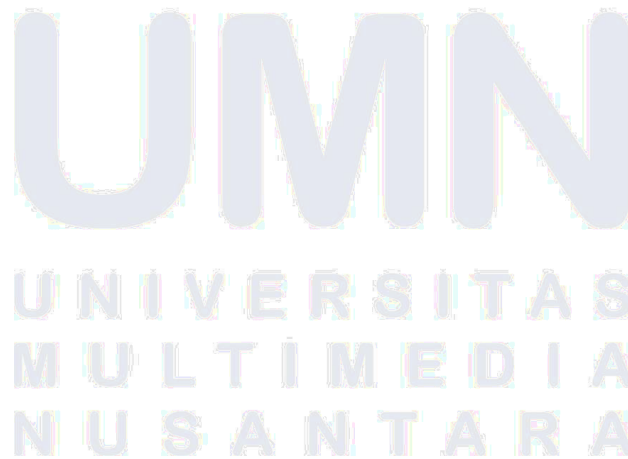
***Keywords: Herbal Plants, Digital Campaign, Social Campaign Young Generation, Resep dari Alam Podcast***



## DAFTAR ISI

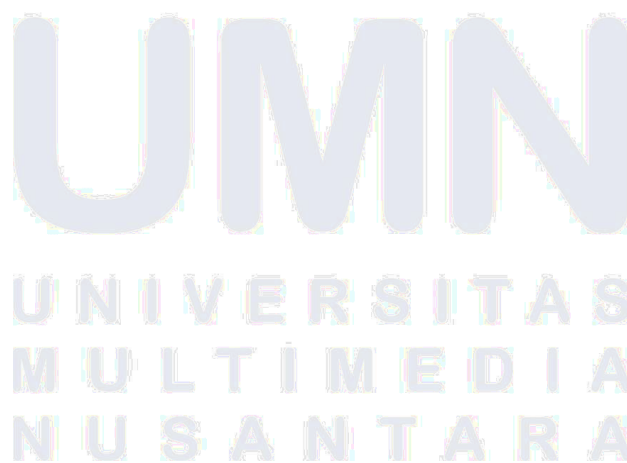
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya .....	12
1.3 Kegunaan Karya .....	12
1.3.1 Kegunaan Akademis .....	12
1.3.2 Kegunaan Praktis .....	13
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Referensi Karya .....	14
2.2 Landasan Konsep.....	24
2.2.1 Landasan Konsep <i>Podcast</i> .....	24
2.2.2 Landasan Konsep <i>Digital Campaign</i> .....	34
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	53
3.1 Tahapan Pembuatan.....	53
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.1.2 Metode Perancangan Karya .....	53
3.2 Rencana Anggaran.....	91
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	92
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....	93
4.1 Strategi Perancangan.....	93
4.1.1 Strategi Perancangan Karya Berdasarkan Pengumpulan Data.....	93

4.1.2 Perancangan Karya <i>Podcast</i> .....	96
4.1.3 Perancangan Karya <i>Digital Campaign and Social Campaign</i> .....	103
4.2 Implementasi Karya.....	110
4.2.1 Implementasi Karya <i>Podcast</i> .....	110
4.2.2 Implementasi Karya <i>Digital and Social Campaign</i> .....	130
4.2.3 Realisasi Anggaran.....	143
4.3 Evaluasi.....	144
4.3.1 Evaluasi Instagram .....	144
4.3.2 Evaluasi <i>Podcast</i> Spotify .....	153
4.3.3 Evaluasi <i>Case Study</i> Video Youtube .....	154
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	156
5.1 Kesimpulan .....	156
5.2 Saran .....	156
5.2.1 Saran Akademis .....	157
5.2.2 Saran Praktis .....	157
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN .....	163



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya.....	19
Tabel 3.1 Rancangan Topik Episode.....	73
Tabel 3.2 Rancangan Durasi Episode.....	80
Tabel 3.3 Lini Masa Proses Pra-produksi.....	81
Tabel 3.4 Lini Masa Proses Produksi.....	81
Tabel 3.5 Lini Masa Proses Pasca-produksi.....	82
Tabel 3.6 Frekuensi Media Planning.....	91
Tabel 3.7 Tabel Rencana Anggaran.....	92
Tabel 4.1 Tanggal Kontak Narasumber.....	98
Tabel 4.2 Jadwal Lokasi Wawancara.....	101
Tabel 4.3 Jadwal Tayang Publikasi Podcast.....	102
Tabel 4.4 Perubahan Jadwal Tayang Podcast.....	127
Tabel 4.5 Realisasi Anggaran.....	143

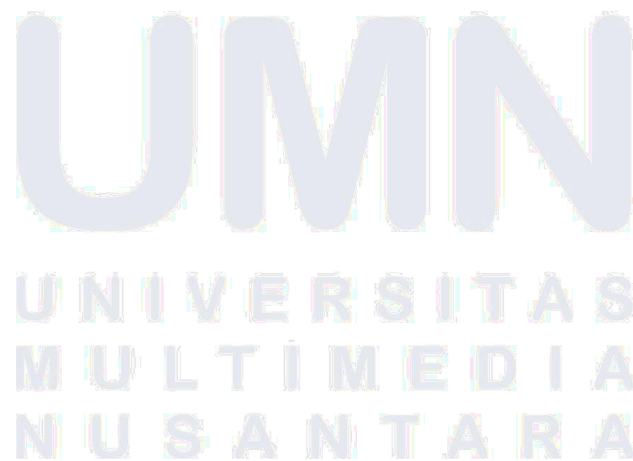


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis Jamu di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Jamu Rumah Tangga .....	4
Gambar 1.3 Data Ekspor Herbal .....	6
Gambar 1.4 Hidup Sehat Pasca Pandemi .....	7
Gambar 1.5 Persentase Pendengar Podcast Indonesia .....	9
Gambar 1.6 Persentase Usia Pendengar Podcast Indonesia .....	10
Gambar 1.7 Topik Podcast Terpopuler di Indonesia .....	11
Gambar 2.1 Kata Kunci Podcast Situs scite.ai .....	14
Gambar 2.2 Kata Kunci Herbal Situs scite.ai .....	15
Gambar 2.3 Kata Kunci Podcast Herbal dalam Situs scite.ai .....	15
Gambar 2.4 Kata Kunci Podcast Herbal Kategori Komunikasi Situs scite.ai .....	16
Gambar 2.5 SOSTAC Planning .....	36
Gambar 2.6 Social Innovation Theory .....	40
Gambar 2.7 Matriks Content Marketing .....	43
Gambar 2.8 Single Column Grid .....	48
Gambar 2.9 Two-Column Grid .....	48
Gambar 2.10 Multicolumn Grid .....	49
Gambar 2.11 Modular Grid .....	49
Gambar 2.12 Hierarchical Grid .....	50
Gambar 3.1 Podcast Raditya Dika .....	54
Gambar 3.2 Podcast Close The Door .....	55
Gambar 3.3 Podcast Thirty Days of Lunch .....	55
Gambar 3.4 The Holistic Herbalism Podcast .....	56
Gambar 3.5 Podcast Herbalis Nusantara .....	57
Gambar 3.6 Podcast Teman Tidur .....	58
Gambar 3.7 Podcast Dongeng Tidur .....	58
Gambar 3.8 Logo Jakka .....	59
Gambar 3.9 Logo The Sleeper Group .....	59
Gambar 3.10 Cover Main Ular Tangga .....	60
Gambar 3.11 Cover Pentingnya Olahraga .....	60
Gambar 3.12 Instagram Jamu Yuk .....	61
Gambar 3.13 Instagram Blessing Bells .....	62
Gambar 3.14 Instagram Herbilogy .....	63
Gambar 3.15 Case Study Sambito .....	64
Gambar 3.16 Case Study Lost Class .....	64
Gambar 3.17 Case Study Adoptable .....	65
Gambar 3.18 Poster Freepik .....	66
Gambar 3.19 Poster Merekat .....	66
Gambar 3.20 Poster Semarak .....	67
Gambar 3.21 Collor Pallete Resep dari Alam .....	69
Gambar 3.22 Warna Sand .....	70

Gambar 3.23 Warna Seed.....	70
Gambar 3.24 Warna Herb.....	71
Gambar 3.25 Warna Clay .....	71
Gambar 3.26 Warna Fresh.....	72
Gambar 3.27 KPI Pengikut Keseluruhan .....	150
Gambar 3.28 KPI Profile Visits Keseluruhan .....	150
Gambar 3.29 KPI Penonton Keseluruhan .....	151
Gambar 3.30 KPI Engagement Secara Keseluruhan .....	152
Gambar 4.1 Wawancara Generasi Muda Perkotaan.....	93
Gambar 4.2 Wawancara Generasi Muda Nagajaya.....	94
Gambar 4.3 Sans Serif .....	97
Gambar 4.4 Draf Logo .....	97
Gambar 4.5 Draf Cover Podcast Episode 1.....	98
Gambar 4.6 Spotify Resep dari Alam.....	102
Gambar 4.7 Youtube Gugus Mitigasi Lebak Selatan.....	102
Gambar 4.8 Layouting Instagram.....	103
Gambar 4.9 Content Planning Instagram Feeds .....	104
Gambar 4.10 Content Planning Instagram Story.....	105
Gambar 4.11 Content Calendar .....	106
Gambar 4.12 Draf Poster .....	107
Gambar 4.13 Brief Video Studi Kasus.....	108
Gambar 4.14 Logo Resep dari Alam.....	110
Gambar 4.15 Cover Podcast Episode 1.....	111
Gambar 4.16 Cover Podcast Episode 2.....	112
Gambar 4.17 Cover Podcast Episode 3.....	112
Gambar 4. 18 Cover Podcast Episode 4.....	113
Gambar 4.19 Cover Podcast Episode 5.....	113
Gambar 4.20 Kontak Narasumber 1 .....	114
Gambar 4.21 Kontak Narasumber 2.....	115
Gambar 4.22 Kontak Narasumber 3.....	116
Gambar 4.23 Kontak Narasumber 4.....	117
Gambar 4.24 Kontak Narasumber 5.....	118
Gambar 4.25 Topik Pembicaraan Podcast .....	119
Gambar 4.26 Rekaman Narasumber 1 .....	120
Gambar 4.27 Rekaman Narasumber 2 .....	121
Gambar 4.28 Rekaman Narasumber 3 .....	122
Gambar 4.29 Rekaman Narasumber 4 .....	123
Gambar 4.30 Rekaman Narasumber 5 .....	124
Gambar 4.31 Penyuntingan Audio .....	126
Gambar 4.32 Rilis Spotify Eps 1.....	127
Gambar 4.33 Rilis Spotify Eps 2.....	128
Gambar 4.34 Rilis Spotify Eps 3.....	129
Gambar 4.35 Rilis Spotify Eps 4.....	129

Gambar 4.36 Rilis Spotify Eps 5.....	130
Gambar 4.37 Teaser Feeds .....	131
Gambar 4.38 Entertaint Feeds .....	131
Gambar 4.39 Feeds Inspire.....	132
Gambar 4.40 Feeds Educate.....	132
Gambar 4.41 Feeds Convince.....	133
Gambar 4.42 Story Teaser.....	134
Gambar 4.43 Story 1Day1Herb.....	134
Gambar 4.44 Story Promosi Reels .....	135
Gambar 4.45 Story Promosi Podcast.....	136
Gambar 4.46 Reels Resep dari Alam .....	137
Gambar 4.47 Hook Reels .....	138
Gambar 4.48 Poster Resep dari Alam .....	139
Gambar 4.49 Video Studi Kasus Resep dari Alam .....	140
Gambar 4.50 Sosialisasi Door-to-door .....	141
Gambar 4.51 Sosialisasi Pertama .....	141
Gambar 4.52 Sosialisasi Kedua.....	142
Gambar 4.53 Sosialisasi Ketiga.....	143
Gambar 4.54 Evaluasi Instagram Oktober – November .....	145
Gambar 4.55 Evaluasi Instagram November – Oktober .....	148
Gambar 4.56 Evaluasi Spotify November – Desember.....	154
Gambar 4.57 Evaluasi Youtube.....	155



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	163
Lampiran B. Konsultasi Form Dosen Pembimbing.....	164
Lampiran C. Konsultasi Form Pembimbing Kedua .....	166
Lampiran D. Rancangan Podcast Episode 1-5 Resep dari Alam .....	167
Lampiran E. Transkrip Wawancara Podcast Episode 1-5.....	169
Lampiran F. Strategic Planning Resep dari Alam .....	174
Lampiran G. Content Planning Instagram Feeds.....	175
Lampiran H. Content Planning Instagram Story .....	176
Lampiran I. Content Planning Instagram Reels.....	177
Lampiran J. Content Calendar .....	178
Lampiran K. Brief Video Studi Kasus .....	181
Lampiran L. Transkrip Pengumpulan Data Wawancara .....	182
Lampiran M. Transkrip Bimbingan Dosen Ahli Pertama (23 Oktober 2024) ....	184
Lampiran N. Transkrip Bimbingan Dosen Ahli Kedua (21 November 2024)....	186
Lampiran O. Desain Instagram Feeds .....	188
Lampiran P. Desain Instagram Story.....	189
Lampiran Q. Sustainability Roadmap Resep dari Alam Podcast .....	190
Lampiran R. Curriculum Vitae.....	191

