

**PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* DAN DUKUNGAN
MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA SEBAGAI PUSAT
LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Erline Yonathan

00000055956

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

2025

**PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* DAN DUKUNGAN
MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA SEBAGAI PUSAT
LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Erline Yonathan

00000055956

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erline Yonathan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055956
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

**PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK MEMBANGUN
AWARENESS DAN DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA
SEBAGAI PUSAT LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK**

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, 19 Juni 2025



Erline Yonathan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK MEMBANGUN *AWARENESS* DAN DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA SEBAGAI PUSAT LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK

Oleh

Nama : Erline Yonathan
NIM : 00000055956
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

Pukul 11.30 s.d 13.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.18
11:01:50 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

Penguji


Digitally signed by
Fakhriy Dinansyah
Date: 2025.07.17
16:32:45 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.

NIDN 0304039001

Pembimbing


Drs. Asep Sutresna, MA.
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.18
11:02:00 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erline Yonathan
NIM : 00000055956
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK MEMBANGUN *AWARENESS* DAN DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA SEBAGAI PUSAT LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK**

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, 19 Juni 2025



Erline Yonathan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK MEMBANGUN *AWARENESS* DAN DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP MARIMBA SEBAGAI PUSAT LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK”**. Laporan ini dibuat 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 laporan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

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. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Drs. Asep Sutresna, MA., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen, sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan masukan selama sidang skripsi berlangsung
6. Bapak/Ibu Dosen, sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
7. Bapak Mujahid Shafiq M A Pontoh, S.Si. sebagai Dosen Ahli yang telah memberikan motivasi, saran, dan arahan sehingga tugas akhir ini dapat selesai.

8. Keluarga besar Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang telah membantu, membimbing, dan memberikan arahan selama proses perancangan hingga pelaksanaan karya ini.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-Teman *Humanity Project* FIKOM Batch 6 dan FTI Batch 3 yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan proyek serta laporan ini.

Tangerang, 19 Juni 2025



Erline Yonathan



**PERANCANGAN *DIGITAL CAMPAIGN* UNTUK MEMBANGUN
AWARENESS DAN DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP
MARIMBA SEBAGAI PUSAT LITERASI DI DESA SITUREGEN, LEBAK**

Erline Yonathan

ABSTRAK

Literasi merupakan fondasi penting dalam membangun masyarakat yang tangguh, terutama di wilayah rawan bencana seperti Desa Situregen, Lebak. Rendahnya kemampuan literasi anak-anak di desa ini mendorong lahirnya Rumah Marimba sebagai pusat literasi untuk mendukung anak-anak dalam mengembangkan kemampuan membaca dan berpikir kritis. Kampanye digital ini dilakukan untuk mendukung pembukaan Rumah Marimba 3 dalam membangun *brand awareness* dan dukungan dari masyarakat. Perancangan kampanye ini menggunakan model SOSTAC, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan studi literatur. Strategi dijalankan melalui Instagram dan TikTok, yang terbukti efektif meningkatkan jangkauan, keterlibatan audiens, dan mendapatkan dukungan berupa buku, dana, serta permainan edukatif. Kesimpulan dari perancangan kampanye digital berbasis model SOSTAC terbukti efektif dalam membangun *awareness* dan dukungan masyarakat terhadap pengembangan rumah baca di wilayah rawan risiko bencana.

Kata kunci: Kampanye Digital, Literasi, Marimba, *Brand Awareness*, SOSTAC, Media Sosial

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DESIGNING A DIGITAL CAMPAIGN TO BUILD PUBLIC
AWARENESS AND SUPPORT FOR MARIMBA AS A LITERACY
HUB IN SITUREGEN VILLAGE, LEBAK***

Erline Yonathan

ABSTRACT

Literacy is a crucial foundation for building a resilient society, especially in disaster-prone areas such as Situregen Village, Lebak. The low literacy skills among children in this village prompted the establishment of Rumah Marimba as a literacy center to support children in developing their reading abilities and critical thinking skills. This digital campaign was carried out to support the launch of Rumah Marimba 3 by building brand awareness and gaining community support. The campaign design adopts the SOSTAC model, with data collected through observation, semi-structured interviews, and literature studies. The strategy was implemented through Instagram and TikTok, which proved effective in increasing reach, audience engagement, and obtaining support in the form of books, funds, and educational games. In conclusion, the digital campaign designed using the SOSTAC model has proven effective in building awareness and community support for the development of reading centers in disaster-prone areas

Keywords: Digital Campaign, Literacy, Marimba, Brand Awareness, SOSTAC, Social Media

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	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	9
1.3 Kegunaan Karya	9
1.3.1 Kegunaan Akademis	9
1.3.2 Kegunaan Praktis	9
1.3.3 Kegunaan Sosial	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Referensi Karya.....	11
2.2 Landasan Konsep	19
2.2.1 <i>Social Media Campaign</i>	19
2.2.2 Instagram	20
2.2.3 Tiktok	21
2.2.4 Model SOSTAC	21
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	26
2.2.6 Komunikasi Visual	28
2.2.7 <i>Copywriting</i>	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	31
3.1 Tahapan Pembuatan	31
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.1.2 Metode Perancangan Karya.....	36

3.2	Rencana Anggaran	39
3.3	Target Luaran/Publikasi/HKI.....	40
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		41
4.1	Strategi Perancangan	41
4.1.1	<i>Situation Analysis</i>	41
4.1.2	<i>Objectives</i>	43
4.1.3	<i>Strategy</i>	46
4.1.4	<i>Tactics</i>	59
4.1.5	<i>Action</i>	62
4.1.6	<i>Control</i>	65
4.2	Implmentasi Karya	65
4.2.1	Jenis Konten Instagram <i>Feed</i>	66
4.2.2	Jenis Konten Instagram <i>Reels</i>	70
4.2.3	Jenis Konten Instagram <i>Story</i>	73
4.2.4	Instagram <i>Live</i>	79
4.2.5	Jenis Konten Video Tiktok	82
4.2.6	<i>Copywriting</i> Marimba 3.....	83
4.2.7	Penggunaan <i>Meta Ads</i>	84
4.2.8	Penggunaan <i>Tiktok Ads</i>	87
4.2.9	Anggaran <i>Digital Campaign Marimba</i>	88
4.3	Evaluasi	89
4.3.1	Evaluasi Media Sosial Instagram	89
4.3.2	Evaluasi Media Sosial Tiktok	95
4.3.3	Evaluasi Pendapatan Donasi	97
4.3.4	Evaluasi Setelah Pelaksanaan <i>Digital Campaign</i>	99
BAB V KESIMPULAN SARAN		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran Akademis	104
5.2.2	Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya.....	14
Tabel 3. 1 Lembar Observasi RA Annajah	33
Tabel 3. 2 Rencana Anggran <i>Digital Campaign</i> Marimba.....	40
Tabel 4.1 Analisis SWOT Rumah Marimba	42
Tabel 4.2 Implementasi Anggaran <i>Digital Campaign</i> Marimba.....	88
Tabel 4.3 Perincian Donasi Buku dan Permainan Interaktif	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Skor Literasi Membaca Indonesia Menurut Studi PISA.....	2
Gambar 1.2 Ilustrasi Cincin Api Pasifik.....	3
Gambar 1.3 Infografis Bencana Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 1.4 <i>Tsunami Ready Indicators</i>	5
Gambar 1.5 Kegiatan Marimba di Kampung Nagajaya	6
Gambar 2.1 <i>SOSTAC Planning Framework</i>	22
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	27
Gambar 3. 1 Indikator Penilaian Observasi.....	32
Gambar 3. 2 <i>Zoom Meeting</i> Bersama Ketua RT Kp. Cipurun dan Kepala Sekolah RA Annajah.....	35
Gambar 4.1 <i>Average Engagement Rate NonProfit Industry</i>	44
Gambar 4.2 Akun Instagram @saungilmumarbel	49
Gambar 4.3 <i>Meta Message Strategy</i> Kampanye Digital Marimba	52
Gambar 4.4 Font Boldoa	53
Gambar 4.5 Font Sniglet.....	53
Gambar 4.6 Logo Marimba	54
Gambar 4.7 Ilustrasi <i>Feed</i> Marimba.....	56
Gambar 4.8 Maskot Marimba.....	56
Gambar 4.9 <i>Color Palette</i> Marimba.....	57
Gambar 4.10 Fotografi dan Videografi Marimba.....	58
Gambar 4.11 <i>Content Plan</i> Marimba Bulan Maret	62
Gambar 4.12 <i>Content Plan</i> Marimba Bulan April	63
Gambar 4.13 <i>Content Plan</i> Marimba Bulan Maret	64
Gambar 4.14 <i>Content Pillar</i> Informasi Dalam Instagram <i>Feed</i> Marimba.....	66
Gambar 4.15 <i>Content Pillar</i> Edukasi Literasi Dalam Instagram <i>Feed</i> Marimba .	67
Gambar 4.16 <i>Content Pillar</i> Edukasi Mitigasi Bencana Dalam Instagram <i>Feed</i> Marimba.....	67
Gambar 4.17 <i>Content Pillar</i> Inspiratif Instagram <i>Feed</i> Marimba	68
Gambar 4.18 <i>Content Pillar</i> Promosi Dalam Instagram <i>Feed</i> Marimba.....	69

Gambar 4.19 <i>Content Pillar</i> Inspiratif Dalam Instagram <i>Reels</i> Marimba.....	70
Gambar 4.20 <i>Content Pillar</i> Informatif-Inspiratif Dalam Instagram <i>Reels</i> Marimba	71
Gambar 4.21 <i>Content Pillar</i> Inspiratif-Promosi Dalam Instagram <i>Reels</i> Marimba	72
Gambar 4.22 <i>Content Pillar Entertainment</i> Dalam Instagram <i>Reels</i> Marimba.....	73
Gambar 4.23 <i>Content Pillar</i> Informatif Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba	74
Gambar 4.24 <i>Content Pillar</i> Informatif Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba	75
Gambar 4.25 <i>Content Pillar</i> Edukasi Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba.....	76
Gambar 4.26 <i>Content Pillar</i> Interaksi Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba.....	77
Gambar 4.27 <i>Content Pillar</i> Promosi Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba	78
Gambar 4.28 <i>Content Pillar Entertainment</i> Dalam Instagram <i>Story</i> Marimba.....	79
Gambar 4.29 Instagram <i>Live</i> Pertama Bersama Galih Sulistyaningra.....	80
Gambar 4.30 Instagram <i>Live</i> Kedua Bersama Siti Nurpadilah	81
Gambar 4.31 Konten TikTok Marimba.....	82
Gambar 4.32 Contoh <i>Caption</i> Pada Konten Marimba	83
Gambar 4.33 Instagram <i>Reels</i> Marimba Yang Menggunakan <i>Meta Ads</i>	84
Gambar 4.34 <i>Insights Meta Ads</i> Instagram <i>Reels</i> Marimba.....	85
Gambar 4.35 Instagram <i>Story</i> Marimba Yang Menggunakan <i>Meta Ads</i>	86
Gambar 4.36 <i>Insights Meta Ads</i> Instagram <i>Story</i> Marimba	86
Gambar 4.37 Video Tiktok Marimba Yang Menggunakan <i>Tiktok Ads</i>	87
Gambar 4.38 <i>Insights Tiktok Ads</i>	88
Gambar 4.39 Hasil Evaluasi <i>Engagement Rate</i> Instagram Bulan Maret.....	89
Gambar 4.40 Hasil Evaluasi <i>Engagement Rate</i> Instagram Bulan April.....	90
Gambar 4.41 Hasil Evaluasi <i>Engagement Rate</i> Instagram Bulan Mei.....	90
Gambar 4.42 <i>Top Performing</i> Konten Instagram.....	91
Gambar 4.43 <i>Total Views</i> Konten Instagram	92
Gambar 4.44 <i>Top Location</i> Konten Instagram	93
Gambar 4.45 Usia Audiens Instagram Marimba	93
Gambar 4.46 Pertumbuhan <i>Followers</i> Instagram Marimba	94
Gambar 4.47 Hasil Evaluasi <i>Engagement Rate</i> TikTok.....	95

Gambar 4.48 <i>Top Performing</i> Konten TikTok.....	95
Gambar 4.49 Usia Audiens TikTok Marimba.....	96
Gambar 4.50 <i>Followers</i> TikTok Marimba	96
Gambar 4.51 Mahasiswa UMN Yang Berpartisipasi Dalam Kampanye Marimba	98
Gambar 4.52 Mahasiswa Yang Mengikuti Kampanye Marimba	99
Gambar 4.53 Pemberitaan Pembukaan Marimba 3	100
Gambar 4.54 Undangan <i>Podcast</i> Tribun News Banten.....	101
Gambar 4.55 Hasil <i>Podcast</i> Tribun News Banten.....	101



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	111
Lampiran B. Konsultasi Form Dengan Dosen Pembimbing	113
Lampiran C. Konsultasi Form Dengan Dosen Ahli.....	114
Lampiran D. Surat Izin Penggunaan Logo	115
Lampiran E. Lembar Verifikasi – MBKM 04.....	116
Lampiran F. <i>Content Plan</i> Marimba 3	117
Lampiran G. <i>Engagement Rate</i> Konten Marimba 3	118
Lampiran H. Rumah Marimba 3 Desa Situregen	119
Lampiran I. Instagram Marimba.....	120
Lampiran J. Tiktok Marimba.....	121
Lampiran K. <i>Curriculum Vitae</i>	122

