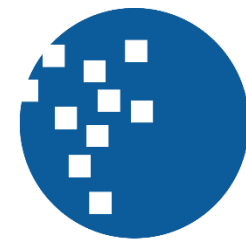


**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
#STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA
CONSULTANT**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Nayaka Aretha Virgiawan

00000069925

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

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
#STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA
CONSULTANT**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nayaka Aretha Virgiawan

00000069925

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nayaka Aretha Virgiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069925

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
#STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA
CONSULTANT**

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, 15 Desember 2025



Nayaka Aretha Virgiawan

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nayaka Aretha Virgiawan
NIM : 00000069925
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
#STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA CONSULTANT

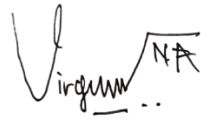
Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

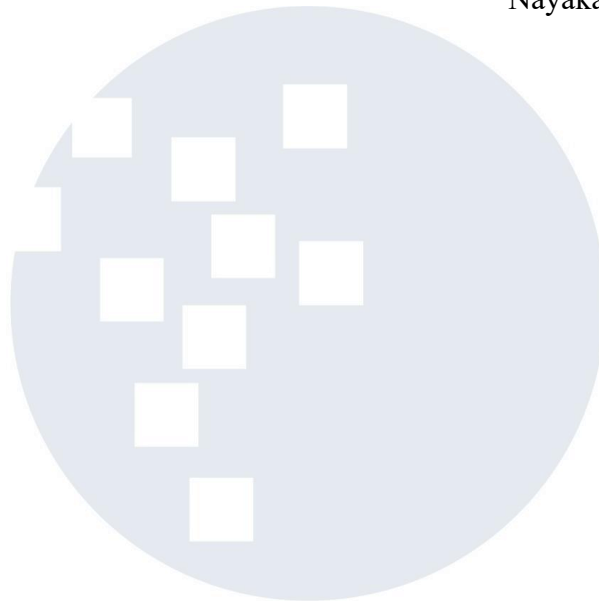
Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 19 Januari 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Virgiana' with a stylized 'NA' and a double underline at the end.

Nayaka Aretha Virgiawan



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Karya dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL #STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA CONSULTANT

Oleh
Nama : Nayaka Aretha Virgiawan
NIM : 00000069925
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Januari 2026
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2026.01.25 09:46:07
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

Penguji


Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Pembimbing


Charlie Tjokrodinata S.Kom, M.Sc.
NIDN 0324098002

Ketua Program Studi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2026.01.25 09:46:16
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nayaka Aretha Virgiawan
NIM : 00000069925
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : D3/S1/S2* (coret salah satu)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
#STARTYOURSPHERE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA CONSULTANT

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (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 Januari 2026



Nayaka Aretha Virgiawan

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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 laporan tugas akhir ini dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL #STARTYOURSHERE
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSHERE
NAMA CONSULTANT**

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 sepenuhnya bahwa laporan tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., 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 Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., selaku Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Maghfiraa Larasati Erlanggaputri, S.H., selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, masukan, serta evaluasi yang berharga dalam penyempurnaan tugas akhir ini.

7. Ibu Wulan Ranny selaku Managing Director Nama Consultant yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk menjalankan digital campaign.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Nataly Stevania yang senantiasa mendampingi serta memberikan dukungan emosional selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman lainnya yang membantu saya secara emosional.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan sumbangsih yang bermakna bagi pengembangan ilmu komunikasi serta memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.

Tangerang, 19 Januari 2025



Nayaka Aretha Virgiawan



PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL #STARTYOURSPHERE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA CONSULTANT

Nayaka Aretha Virgiawan

ABSTRAK

Memasuki tahun 2025, dinamika global yang ditandai oleh ancaman resesi, percepatan adopsi teknologi digital, serta meningkatnya ketidakpastian ketenagakerjaan menuntut perusahaan jasa konsultan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi digital yang adaptif dan relevan. Kondisi tersebut turut memengaruhi Nama Consultant sebagai perusahaan *human capital* consultant dalam memperkenalkan layanan barunya, NexusSphere, kepada target audiens yang didominasi oleh mahasiswa, *fresh graduate*, dan *young professional*. Di tengah persaingan konten digital yang semakin kompetitif, diperlukan perancangan kampanye digital yang terstruktur agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan mampu membangun *brand awareness*. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah merancang dan mengimplementasikan kampanye digital #StartYourSphere sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* terhadap layanan NexusSphere. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perancangan kampanye digital dengan kerangka *SOSTAC* (*Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, dan Control*) yang dilengkapi dengan analisis data kinerja media sosial. Hasil implementasi menunjukkan bahwa kampanye #StartYourSphere mampu meningkatkan *brand awareness* NexusSphere, yang ditandai dengan peningkatan signifikan pada performa konten Instagram berupa kenaikan reach, views, dan engagement, serta pertumbuhan followers sebesar 15,11%. Selain itu, performa LinkedIn juga mengalami peningkatan pada aspek *impressions* dan *reactions* dibandingkan periode sebelumnya, meskipun tingkat interaksi komentar masih relatif rendah. Secara keseluruhan, penerapan *framework SOSTAC* terbukti efektif sebagai acuan perancangan kampanye digital dalam mendukung tujuan komunikasi Nama Consultant di tengah ketidakpastian global.

Kata kunci: *Brand Awareness, Content Marketing, Human Capital Consultant, Kampanye Digital, SOSTAC*

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL #STARTYOURSHERE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LINKEDIN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS LAYANAN NEXUSSPHERE NAMA CONSULTANT

Nayaka Aretha Virgiawan

ABSTRACT

In 2025, global dynamics characterized by the threat of economic recession, the acceleration of digital technology adoption, and increasing labor market uncertainty have compelled consulting service companies to optimize adaptive and relevant digital communication strategies. These conditions also affect Nama Consultant as a human capital consulting firm in introducing its new service, NexusSphere, to a target audience dominated by students, fresh graduates, and young professionals. Amid increasingly competitive digital content environments, a structured digital campaign is required to ensure effective message delivery and to build brand awareness. The objective of this internship project is to design and implement the #StartYourSphere digital campaign as an effort to increase brand awareness of the NexusSphere service. This study employs a digital campaign design approach using the SOSTAC framework (Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, and Control), supported by social media performance data analysis. The implementation results indicate that the #StartYourSphere campaign successfully increased NexusSphere's brand awareness, as reflected in significant improvements in Instagram content performance, including higher reach, views, and engagement, as well as a 15.11% increase in followers. In addition, LinkedIn performance also improved in terms of impressions and reactions compared to the previous period, although comment interaction remained relatively low. Overall, the application of the SOSTAC framework proved to be effective as a guideline for designing digital campaigns to support Nama Consultant's communication objectives amid global uncertainty.

Keywords: Brand Awareness, Content Marketing, Digital Campaign, Human Capital Consulting, SOSTAC

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	7
1.3 Kegunaan Karya	7
1.3.1 Kegunaan Akademis	7
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	14
2.2.1. Kampanye	14
2.2.2. Kampanye Digital	16
2.2.3. Media Sosial	20
2.2.4. <i>Content Plan</i>	23
2.2.5. <i>Content Marketing</i>	24
2.2.6. <i>Brand Awareness</i>	26
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	27

3.1	Tahapan Pembuatan.....	27
3.1.1.	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2	Metode Perancangan Karya.....	29
3.2.1.	<i>Situation Analysis</i>	29
3.2.2.	<i>Objectives</i>	40
3.2.3.	<i>Strategy</i>	41
3.3	Target Luaran/Publikasi	44
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		46
4.1	Strategi Perancangan.....	46
4.2	Implmentasi Karya	52
4.2.1.	<i>Tactics</i>	52
4.2.2.	<i>Action</i>	56
4.3	Evaluasi.....	96
4.3.1.	<i>Control</i>	96
BAB V KESIMPULAN SARAN.....		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran	103
5.2.1	Saran Akademis	103
5.2.2	Saran Praktis.....	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		107

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya.....	12
Tabel 4. 1 SWOT Analysis	50
Tabel 4. 2 Konten Feeds 1.....	58
Tabel 4. 3 Konten Feeds 2.....	59
Tabel 4. 4 Konten Feeds 3.....	60
Tabel 4. 5 Konten Feeds 4.....	61
Tabel 4. 6 Konten Feeds 5.....	62
Tabel 4. 7 Konten Feeds 6.....	63
Tabel 4. 8 Konten Feeds 7.....	64
Tabel 4. 9 Konten Feeds 8.....	65
Tabel 4. 10 Konten Feeds 9.....	66
Tabel 4. 11 Konten Feeds 10.....	67
Tabel 4. 12 Konten Feeds 11.....	68
Tabel 4. 13 Konten Feeds 12.....	69
Tabel 4. 14 Konten Feeds 13.....	70
Tabel 4. 15 Konten Feeds 14.....	71
Tabel 4. 16 Konten Feeds 15.....	72
Tabel 4. 17 Konten Feeds 16.....	73
Tabel 4. 18 Konten Feeds 17.....	74
Tabel 4. 19 Konten Feeds 18.....	75
Tabel 4. 20 Konten Reels 1	77
Tabel 4. 21 Konten Reels 2	78
Tabel 4. 22 Konten Reels 3	79
Tabel 4. 23 Konten Reels 4	81
Tabel 4. 24 Konten Reels 5	82
Tabel 4. 25 Konten Reels 6	83
Tabel 4. 26 Konten Reels 7	84
Tabel 4. 27 Konten Reels 8	85
Tabel 4. 28 Konten Reels 9	86
Tabel 4. 29 Konten Reels 10	87
Tabel 4. 30 Konten Story 1	90
Tabel 4. 31 Konten Story 2	91
Tabel 4. 32 Konten Story 3	92
Tabel 4. 33 Konten Story 4	93
Tabel 4. 34 Konten Story 5	94
Tabel 4. 35 Konten Story 6	94
Tabel 4. 36 Konten Story 7	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Indeks Ketersediaan Lapangan Kerja (IKLK) Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Pengangguran Anak muda di Asia	3
Gambar 1. 3 Data Most Used Social Media Platforms	5
Gambar 2. 1 Model Kampanye Ostergaard.....	15
Gambar 3. 1 Data Engagement Instagram @namaconsultant.....	30
Gambar 3. 2 Konten Reels Career Tips	31
Gambar 3. 3 Konten Reels Rabu Bareng Ranny	31
Gambar 3. 4 Konten Reels Human Resources Trends	32
Gambar 3. 5 Akun Resmi LinkedIn Nama Consultant	33
Gambar 3. 6 LinkedIn Article	34
Gambar 3. 7 LinkedIn Analytics Periode Oktober.....	34
Gambar 4. 1 Model Strategi Kampanye Berdasarkan Model Ostergaard.....	46
Gambar 4. 2 Content Pillar #StartYourSphere.....	50
Gambar 4. 3 Content Calendar Instagram.....	52
Gambar 4. 4 Content Calendar LinkedIn	52
Gambar 4. 5 Report Content NexusSphere	95
Gambar 4. 6 Konten Feeds Invitation Activities Review CV	97
Gambar 4. 7 Audience Top age ranges	98
Gambar 4. 8 Data Analytics LinkedIn Periode November	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	106
Lampiran B. Formulir Bimbingan	109
Lampiran C. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	110
Lampiran D. Hasil Cek AI	113
Lampiran E. Formulir Konsultasi dengan Dosen Ahli	114



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA