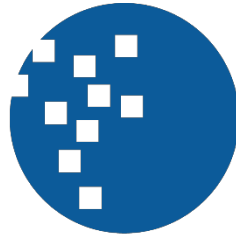


**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “PANEN CERITA”
KELOMPOK WANITA TANI (KWT) MELATI DI KAMPUNG
SUKAGALIH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

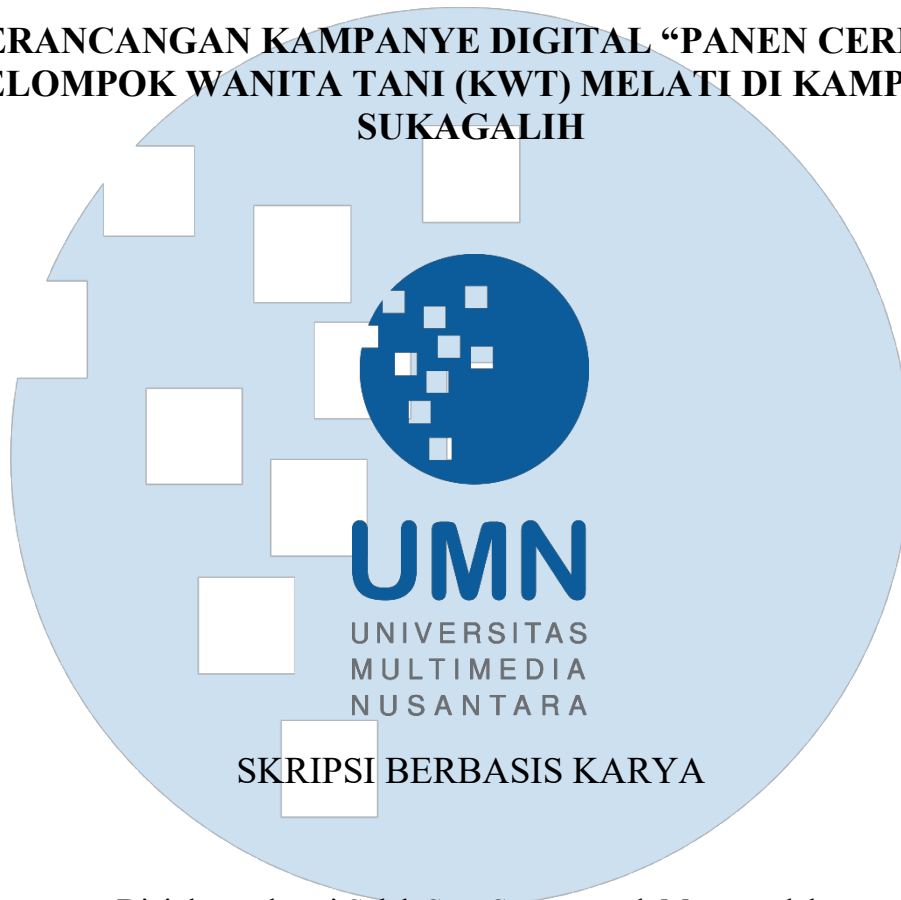
Cheryl Reina Filiansie

00000072779

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

2026

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “PANEN CERITA”
KELOMPOK WANITA TANI (KWT) MELATI DI KAMPUNG
SUKAGALIH**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Cheryl Reina Filiansie

00000072779

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cheryl Reina Filiansie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072779

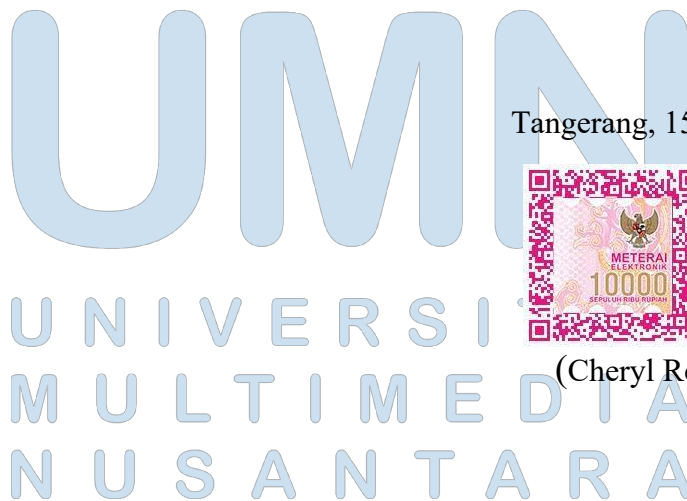
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi berbasis karya dengan judul:

Perancangan Kampanye Digital “Panen Cerita” Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Kampung Sukagalih

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 Januari 2026



(Cheryl Reina Filiansie)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan Judul

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “PANEN CERITA” KELOMPOK WANITA TANI (KWT) MELATI DI KAMPUNG SUKAGALIH

Oleh
Nama : Cheryl Reina Filiansie
NIM : 00000072779
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 06 Januari 2026
Pukul 09.00 s/d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.Kom.

NIDN 0320077803

Penguji

Date:
2026.01.18
00:35:15
+07'00'

Selvi Amalia, S.Pi., MSi.

NIDN 0325108004

Pembimbing

Dr. Bonifacius Hendar Putranto, S.S., M.Hum.

NIDN 0407047904

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.22
11:30:36 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.,Si.,

NIDN 0304078404

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cheryl Reina Filiansie
NIM : 00000072779
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Digital “Panen Cerita”
Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Kampung
Sukagalih

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

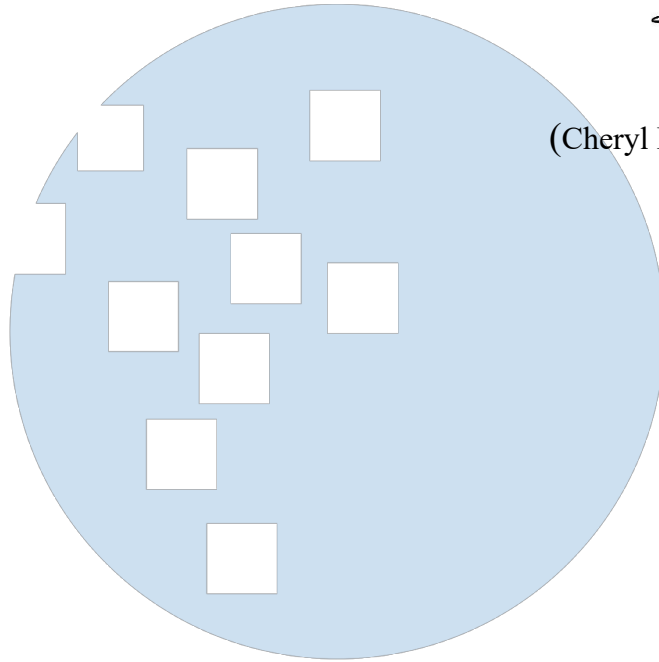
Saya juga menyatakan bahwa:

- (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, 15 Januari 2026



(Cheryl Reina Filiansie)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cheryl Reina Filiansie
NIM : 00000072779
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Digital “Panen Cerita”
Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Kampung
Sukagalih

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, 15 Januari 2026



(Cheryl Reina Filiansie)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan skripsi berbasis karya ini dengan judul: *“Perancangan Kampanye Digital “Panen Cerita” Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Kampung Sukagalih”*, dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Strategic Communication Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak 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 Dr. Bonifacius Hendar Putranto, S.S., M.Hum., selaku Pembimbing pertama, yang secara konsisten mengarahkan penajaman fokus karya, mengkritisi kerangka konseptual, serta mendorong kejelasan argumentasi, sekaligus memberikan motivasi yang menjaga keberlanjutan proses perancangan sehingga proyek tugas akhir ini dapat berjalan hingga tahap akhir.
5. Ibu Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.Kom., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan waktu, perhatian, serta masukan yang membangun selama proses sidang berlangsung, sehingga pelaksanaan dan penyelesaian laporan skripsi berbasis karya ini dapat berjalan dengan baik.
6. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., MSi., selaku Penguji Sidang yang telah memberikan saran, koreksi, serta perspektif yang berharga demi penyempurnaan laporan skripsi berbasis karya ini.

7. Millen Valensie, S.Ds., selaku Pembimbing kedua (ahli praktisi) yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman penulis, Jeye, Oca, Akmal, Ciwang, dan Elva. yang selama semester ini menjadi ruang berbagi lelah, ragu, dan tawa. Dukungan, kebersamaan, serta kesediaan untuk saling bersandar bahu dalam proses yang tidak selalu ringan telah menjadi penguat agar penulis dapat bertahan dan menyelesaikan semester ini bersama-sama.
10. Teman-teman Sosial Forestri batch pertama yang telah membantu dan memberikan dukungan moral, seperti layaknya keluarga sendiri, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, hingga sumber informasi bagi para pembaca khususnya untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Januari 2026

UMN



(Cheryl Reina Filiansie)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “PANEN CERITA” KELOMPOK WANITA TANI (KWT) MELATI DI KAMPUNG SUKAGALIH

Cheryl Reina Filiansie

ABSTRAK

Karya perancangan kampanye digital “Panen Cerita” disusun untuk mendukung pengaktifan kembali Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati melalui penguatan identitas dan visibilitas komunitas di media sosial. Permasalahan utama yang melatarbelakangi karya ini adalah vakumnya aktivitas kelompok, minimnya dokumentasi kegiatan, serta belum adanya akun media sosial resmi sebagai sarana komunikasi dan promosi komunitas. Perancangan kampanye dilakukan menggunakan kerangka SOSTAC agar setiap tahapan, mulai dari analisis situasi hingga evaluasi, berjalan terarah dan terukur, dengan pendekatan storytelling sebagai strategi utama dalam menyampaikan narasi pengalaman dan peran perempuan desa. Implementasi kampanye dilakukan melalui media sosial Instagram dan TikTok dengan melibatkan anggota KWT secara partisipatif dalam proses produksi konten. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kampanye berhasil mencapai target kuantitatif berupa pertumbuhan pengikut dan capaian views, serta engagement rate yang sesuai dengan target yang ditetapkan. Secara kualitatif, kampanye ini mendorong peningkatan keterlibatan anggota KWT Melati dalam membangun narasi komunitas dan menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap akun media sosial yang dibangun. Selain itu, adanya proses pelatihan dan serah-terima pengelolaan akun kepada perwakilan Kelompok Pelestari Lingkungan (KOPEL) menjadi dasar awal keberlanjutan pengelolaan media sosial komunitas setelah kampanye berakhir.

Kata kunci: kampanye digital, media sosial, pemberdayaan perempuan, storytelling

***DESIGN OF THE DIGITAL CAMPAIGN “PANEN CERITA”
FOR THE WOMEN FARMERS GROUP (KWT) MELATI IN
KAMPUNG SUKAGALIH***

Cheryl Reina Filiansie

ABSTRACT

The design of the digital campaign “Panen Cerita” was developed to support the reactivation of the Women Farmers Group (Kelompok Wanita Tani/KWT) Melati by strengthening community identity and visibility through social media. The main issues underlying this project include the inactivity of the group, limited documentation of activities, and the absence of official social media accounts as tools for community communication and promotion. The campaign was designed using the SOSTAC framework to ensure that each stage, from situation analysis to evaluation, was implemented in a structured and measurable manner, with storytelling employed as the primary strategy to convey narratives of rural women’s experiences and roles. The campaign was implemented through Instagram and TikTok, involving KWT members in a participatory content production process. Evaluation results indicate that the campaign successfully achieved its quantitative targets, including follower growth, content views, and an engagement rate that met the predetermined objectives. Qualitatively, the campaign increased the involvement of KWT Melati members in constructing community narratives and fostered a sense of ownership over the established social media accounts. Furthermore, the training process and the handover of account management to representatives of the Environmental Conservation Group (KOPEL) provided an initial foundation for the sustainable management of the community’s social media after the campaign concluded.

Keywords: digital campaign, social media, storytelling, woman empowerment

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iv
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	1
1.2 Tujuan Karya	6
1.3 Kegunaan Karya	6
1.3.1 Kegunaan Akademis	6
1.3.2 Kegunaan Praktis	7
1.3.3 Kegunaan Sosial	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Referensi Karya	8
2.2 Landasan Konsep	18
2.2.1 Kampanye Digital	18
2.2.2 Pemberdayaan Perempuan	19
2.2.3 Kerangka Perencanaan (SOSTAC)	20
2.2.4 Media Sosial.....	29
2.2.6 Visual Media Sosial.....	32
2.2.7 Keberlanjutan Komunikasi Digital Komunitas	33
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	36
3.1 Tahapan Pembuatan.....	36
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	36

3.1.2 Metode Perancangan Karya	37
3.2 Rencana Anggaran	41
3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI	42
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	43
4.1 Strategi Perancangan	43
4.1.1 Situation Analysis	43
4.1.2 Objective	51
4.1.3 Strategy	53
4.1.4 Tactic	60
4.2 Implmentasi Karya	68
4.2.1 Action	68
4.3 Evaluasi	98
4.3.1 Control	98
BAB V KESIMPULAN SARAN	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	126
5.2.1 Saran Akademis	126
5.2.2 Saran Praktis	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	131



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Anggaran	42
Tabel 4.1 Daftar Anggota KWT Melati	44
Tabel 4.2 <i>Benchmark</i> akun Instagram KWT lain.....	52
Tabel 4.3 Referensi Ide Konten	63
Tabel 4.4 <i>Content Plan</i> Kampanye Digital “Panen Cerita”	69
Tabel 4.5 <i>Editorial Plan</i> Postingan.....	71
Tabel 4.6 Konten feeds Instagram @melati.sukagalih	78
Tabel 4.7 Konten Reels Instagram @melati.sukagalih	86
Tabel 4.8 Konten Story Instagram @melati.sukagalih	90
Tabel 4.9 Penyusunan Caption Kampanye “Panen Cerita”	95
Tabel 4.10 Implementasi Anggaran Kampanye Digital “Panen Cerita”	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Demografi Pengguna Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Media Sosial yang Sering digunakan	3
Gambar 3.1 Observasi Lapangan	36
Gambar 3.2 Perumusan Identitas Kampanye bersama KWT Melati	39
Gambar 4.1 Logo Kelompok Wanita Tani Sukagalih.....	65
Gambar 4.2 <i>Social Media Identity</i>	67
Gambar 4.3 Dokumentasi Produksi Konten	72
Gambar 4.4 <i>Editing</i> Konten Format Foto	74
Gambar 4.5 <i>Editing</i> Konten Format Video	76
Gambar 4.6 <i>Editing</i> Template Live Story	77
Gambar 4.7 Pengaturan <i>Boost Post</i> Instagram.....	93
Gambar 4.8 Contoh Postingan TikTok KWT Melati.....	96
Gambar 4.9 Pelatihan dan Penyerahan Sosial Media KWT Melati	97
Gambar 4.10 <i>Insight Views</i> Instagram KWT Melati.....	99
Gambar 4.11 <i>Insight Interaction</i> Instagram KWT Melati	101
Gambar 4.12 Respon Audiens Melalui Komentar	102
Gambar 4.13 Respon Audiens Melalui <i>Direct Message</i>	103
Gambar 4.14 <i>Insight Followers</i> Instagram KWT Melati.....	105
Gambar 4.15 <i>Insight Content You Shared</i> Instagram KWT Melati	107
Gambar 4.16 <i>Ad Insight</i> Instagram KWT Melati.....	109
Gambar 4.17 Perbandingan Performa Konten Sebelum dan Sesudah Boost Post	111
Gambar 4.18 Rumus Menghitung <i>Engagement Rate</i> Instagram KWT Melati	113
Gambar 4.19 Analitik TikTok KWT Melati	114
Gambar 4.20 Analitik <i>Followers</i> TikTok KWT Melati.....	115
Gambar 4.21 Analitik <i>Viewers</i> TikTok KWT Melati	116
Gambar 4.22 Analitik <i>Top Content</i> TikTok KWT Melati	117
Gambar 4.23 Proses <i>Interview</i> Cerita Personal Anggota KWT Melati	120
Gambar 4.24 Chat perwakilan KOPEL Terkait Draft Konten.....	122
Gambar 4.25 KWT Melati Memperkenalkan Hasil Usaha Tani	123

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	131
Lampiran B Konsultasi Form Dosen Pembimbing	133
Lampiran C Konsultasi Form Praktisi Ahli	135
Lampiran D Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	137
Lampiran E Surat Izin Penggunaan Logo	139
Lampiran F Lembar Verifikasi PRO-STEP 04	140
Lampiran G Instagram KWT Melati	141
Lampiran H TikTok KWT Melati	142
Lampiran I Facebook KWT Melati	143
Lampiran J Hasil Konten Instagram	144
Lampiran K Hasil Konten TikTok	157
Lampiran L Foto Bimbingan Bersama Ahli Praktisi	163
Lampiran M Foto Wawancara Anggota KWT	164

