

**ANALISIS PERENCANAAN KAMPANYE SOSIAL MELALUI  
MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM @DAUR.ID**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**KHOIRRUN NISA**

**201810415234**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Perencanaan Kampanye Sosial melalui Media Sosial pada akun Instagram @daur.id

Nama Mahasiswa : Khoirrun Nisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415234

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 8 Desember 2022



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN : 0302069106



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Perencanaan Kampanye Sosial melalui Media Sosial pada Akun Instagram @daur.id

Nama Mahasiswa : Khoirrun Nisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415234

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 8 Desember 2022

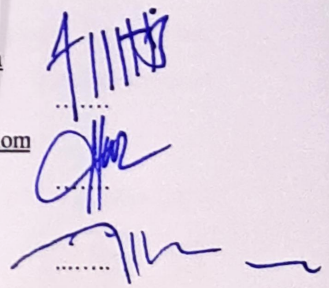
Jakarta, 29 Desember 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 0329068301

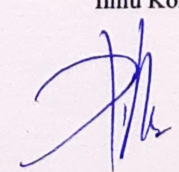
Penguji : Wa Ode Siti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN 0302069106

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN 0310068902



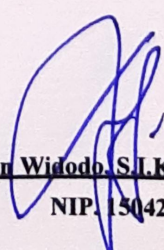
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si  
NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi “ANALISIS PERENCANAAN KAMPANYE SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM @DAUR.ID”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selamapublikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara.

Jakarta, 29 Desember 2022



**Khoirrun Nisa**

NPM.201810415247

## ABSTRAK

**Khoirrun Nisa, 201810415234.** Analisis Perencanaan Kampanye Sosial Melalui Media Sosial pada Akun Instagram @daur.id.

Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana yang bertujuan untuk menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Pada penelitian ini, kampanye yang dijalankan termasuk kepada jenis kampanye yang dijalankan dengan merujuk pada perubahan sikap dan perilaku sosial. Perencanaan kampanye merupakan hal penting yang perlu untuk dilakukan sebelum menjalankan kampanye, hal ini dinilai penting karena kampanye perlu dipersiapkan dan direncanakan dengan matang agar tujuan dari kampanye tersebut tercapai dan mendapatkan hasil yang diinginkan. Tahapan proses perencanaan kampanye dibagi menjadi tujuh, antara lain yaitu: analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi masalah, menentukan pesan, strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber daya, lalu yang terakhir evaluasi dan tinjauan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan tahapan perencanaan kampanye sosial pada akun Instagram @daur.id. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipatif, wawancara mendalam dan studi dokumentasi.

Berdasarkan hasil temuan dapat disimpulkan bahwa Daur.id dalam menjalankan tahapan analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi sasaran, menentukan pesan, alokasi waktu dan sumber daya, dan evaluasi dan tinjauan telah dijalankan dengan cukup baik, akan tetapi terdapat satu tahapan yaitu tahapan strategi dan taktik Daur.id yang terbilang lemah, temuan menunjukkan pembuatan konten unggahan pada media sosial tidak diberikan perhatian penuh, Daur.id melewatkan beberapa hal yang dapat dilakukan dan menjadikan hal tersebut sebagai strategi dan taktik dalam menyukseskan kampanye.

(Kata Kunci : Kampanye, Perencanaan Kampanye, Media Sosial, Lingkungan, Sampah, Plastik)

## **ABSTRACT**

**Khoirrun Nisa, 201810415234.** *Analysis of Social Campaign Planning Through Social Media on Instagram Account @daur.id.*

*A campaign is a series of planned communication actions that aim to create a certain effect on many audiences that is carried out continuously over a certain period. In this study, the campaigns that are run include the types of campaigns that are run by referring to changes in social attitudes and behavior. Campaign planning is an important thing that needs to be done before running a campaign, this is considered important because the campaign needs to be prepared and planned carefully so that the objectives of the campaign are achieved and get the desired results. The stages of the campaign planning process are divided into seven, which are: problem analysis, goal setting, problem identification, determining messages, strategies and tactics, time and resource allocation, and evaluation and review.*

*This study aims to determine the implementation of the social campaign planning stages on the @daur.id Instagram account. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques, namely participatory observation, in-depth interviews, and documentation studies.*

*Based on the findings, it can be concluded that Daur.id in carrying out the stages of problem analysis, setting goals, identifying and segmenting targets, determining messages, allocation of time and resources, and evaluation and review have been carried out quite well, but there is one stage, the strategies and tactics stage that Daur.id is relatively weak, the findings show that the creation of uploaded content on social media is not given full attention, Daur.id misses several things that can be done and uses them as strategies and tactics to make the campaign successful.*

*(Keywords: Campaign, Campaign Planning, Social Media, Environment, Waste, Plastic)*



## KATA PENGANTAR

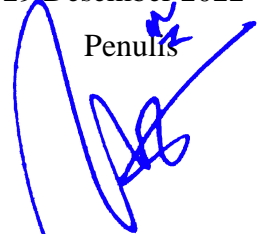
Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena ridhanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Ibu, Bapak dan Mas yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan nasehat, sehingga skripsi ini dapat terlaksana dengan baik. Serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup saya, yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup saya. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Analisis Perencanaan Kampanye Sosial melalui Media Sosial pada Akun Instagram @daur.id” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras, dan banyak bantuan, baik motivasi, bimbingan dan perhatian dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dian Sukmawati, M.I.Kom dan Pak Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing sebelumnya yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan penulis dalam menyusun skripsi.
5. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing pengganti yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan penulis dalam menyusun skripsi.
6. Keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan nasehat kepada penulis.
7. Teman-teman perjuangan, Erli Alifah, Destri Rama Dina dan Della Alretha yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.
8. Mita, Lia, Glo, Jihan dan Nida yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan maupun penyusunan materinya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran, kritik serta masukan yang membangun untuk penulis agar skripsi ini dapat menjadi rujukan atau sumber referensi yang bermanfaat bagi orang lain.

Bekasi, 29 Desember 2022

Penulis



**Khoirrun Nisa**





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kerangka Konsep .....	14
2.2.1 Kampanye .....	14
2.2.2 Perencanaan Kampanye .....	15
2.2.4 Media Sosial .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Metode Penelitian .....	22

3.3 Informan .....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Teknik Analisis Data .....	25
3.6 Keabsahan Data/Triangulasi .....	26
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Daur.id .....	28
4.1.2 Struktur Organisasi .....	29
4.1.3 Deskripsi Umum Akun Instagram @daur.id .....	31
4.1.4 Profil Informan .....	32
4.2 Hasil Penelitian .....	33
4.2.1 Perencanaan Kampanye Sosial Daur.id .....	33
4.2.1.1 Analisis Masalah .....	33
4.2.1.2 Penyusunan Tujuan .....	41
4.2.1.3 Identifikasi dan Segmentasi Sasaran .....	43
4.2.1.4 Menentukan Pesan .....	45
4.2.1.5 Strategi dan Taktik .....	49
4.2.1.6 Alokasi Waktu dan Sumber Daya .....	51
4.2.1.7 Evaluasi dan Tinjauan .....	52
4.3 Pembahasan Penelitian .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1 Temuan Penelitian .....	53





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	4
Gambar 1.2 Presentase Platform Media Sosial Paling Sering Digunakan .....	5
Gambar 4.1 Profil akun Instagram @daur.id .....	28
Gambar 4.2 <i>Event sharing session</i> .....	31
Gambar 4.3 <i>Event coffee week</i> .....	31
Gambar 4.4 <i>Posting feed</i> Instagram @daur.id .....	41
Gambar 4.5 Program #yourfriendlyrecyclingpartner .....	42
Gambar 4.6 Membagikan kegiatan sortir sampah .....	43
Gambar 4.7 <i>Share posting feed</i> Instagram lain .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Observasi

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Reduksi Data

Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Pembimbing

Lampiran 7 : Form Perbaikan

