



**PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP YADIKA 3 CILEDUG
PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER 2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENDORONG *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
Disusun oleh:
Bian Wighraha Dichitta
44317010004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP
YADIKA 3 CILEDUG PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER
2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG
BRAND AWARENESS**

Nama : Bian Wigraha Dichitta

NIM : 44317010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

(Dudi Hartono, M. Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : **PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP
YADIKA 3 CILEDUG PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER
2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG
BRAND AWARENESS**

Nama : Bian Wigraha Dichitta
NIM : 44317010004
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Februari 2021

Dosen Pembimbing I
Dudi Hartono, M. Ikom


(.....)

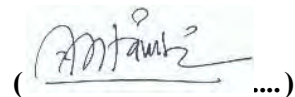
Dosen Pembimbing II
Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom


(.....)

Penguji Ahli
Andri Budiwidodo, S. Si, M. Ikom


(.....)

Ketua Sidang,
Dewi Sad Tanti, S. Sos, M. Si


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP YADIKA 3 CILEDUG PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER 2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG BRAND AWARENESS**

Nama : Bian Wigraha Dichitta

NIM : 44317010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

(Dudi Hartono, M. Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M. Comn., Ph.D.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF

Judul : **PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP YADIKA 3 CILEDUG PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER 2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG BRAND AWARENESS**

Nama : Bian Wigraha Dichitta

NIM : 44317010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dudi Hartono, M. Ikom)

(Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, M. Comn., Ph.D.)

(Dr. Farid Hamid, M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bian Wigraha Dichitta
NIM : 44317010004
Konsentrasi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP YADIKA 3 CILEDUG PERIODE APRIL 2020 – DESEMBER 2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG *BRAND AWARENESS* Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 20 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



(Bian Wigraha Dichitta)

Pembimbing I

(Dudi Hartono, M. Ikom)

Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa senantiasa penulis ucapkan atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada kita semua, sehingga makalah Ilmiah Tugas Besar 1 mata kuliah Riset Komunikasi yang berjudul **“PERENCANAAN STRATEGIS MEDIA SOSIAL SMP YADIKA 3 CILEDUG PERIODE MEI 2020 – DESEMBER 2020 SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENDORONG AWARENESS”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Atas tersusunnya makalah ilmiah ini, tidak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak **Dudi Hartono, S.Ikom, M.Si** dan Bapak **Wiyanto Hidayatullah, S. Ikom, M. Ikom** selaku dosen pembimbing tugas akhir,
2. Ibu **Yuni Tresnawati, S. Sos, M. Ikom** selaku ketua bidang studi *Advertising & Marketing Communication*,
3. Ibu **Dewi Sad Tanti, S. Sos, M. Si** selaku dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir dan Sekretaris Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*,
4. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si.** selaku Ketua Program Studi,
5. Ibu **Nindyta Aisyah Dwityas, S. Ikom, M. Si** selaku dosen pengampu mata kuliah riset komunikasi,
6. Ibu **Srie Rahayu Meidhawaty, S,Pd,M,M.**, selaku kepala sekolah SMP Yadika 3 Ciledug yang telah memberikan kesempatan dan bantuannya selama pendampingan,
7. Ibu **Monika Sulistyoning Rahayu, S.Si** dan **Ahmad Fauzi, S.Ikom.**, selaku guru pendamping dan tim pemasaran dari SMP Yadika 3 Ciledug. Terimakasih atas kepercayaan dan bantuannya selama pendampingan pembuatan karyatugas akhir aplikatif ini.

8. **Adellia, Ghoniatun Amalia** dan **Marie Muhammad**, selaku rekan tim Aplikatif yang telah berjuang bersama. Terima kasih atas kerjasama selama pembuatan karya ini.
9. Teman-teman Bidang Studi *Advertising & Marcomm* angkatan 2017 yang selalu memberikan dukungan serta motivasinya.

Tugas akhir ini disusun sesederhana dan semudah mungkin agar mudah di mengerti dan di pahami oleh pembaca. Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih. Penulis berharap penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Kritik dan saran sangat penulis harapkan dari pembaca guna penyempurnaan tugas akhir ini.

Jakarta, 25 April 2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Bian Wigraha Dichitta

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Bian Wigraha Dichitta
44317010004

Judul : Perencanaan Strategis media Sosial SMP Yadika 3 Ciledug
Periode April 2020 – Desember 2020 Sebagai Media Promosi
Untuk Mendorong *Brand Awareness*

Jumlah Halaman : 5 Bab, 83 Halaman ; 3 tabel ; 11 gambar

ABSTRAK

Media Sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi apapun yang diinginkan melalui internet, tak terkecuali dalam dunia pemasaran pendidikan. Maka dari itu, pengaplikasian pemasaran melalui media sosial menjadi sangat penting. Klien dari penulis adalah mitra pendidikan yaitu SMP Yadika 3 Ciledug. SMP Yadika 3 Ciledug adalah sebuah sekolah swasta yang berada dibawah naungan Yayasan Abdi Karya (Yadika). SMP Yadika 3 didirikan pada 1 Desember 1992, bertempat di Jl. Raden Saleh No. 11, Kec. Karang Tengah, Tangerang, Banten. Sekolah memiliki fasilitas multimedia dan bidang kreatif, serta telah mengikuti kurikulum terbaru yaitu kurikulum 2013. Klien membutuhkan strategi yang menstimulus *brand awareness* guna memperbesar kemungkinan sekolah dijadikan sebagai pilihan utama calon murid orang tua/walinya, terutama di Tangerang.

Sesuai dengan *Client Brief*, penulis yang berperan sebagai Perencana Strategis merancang strategi penyampaian pesan, pembuatan *mood board*, pembuatan *creative brief*, hingga melakukan kontrol terhadap pelaksanaan pekerjaan.

Setelah melaksanakan proyek aplikatif ini penulis mendapatkan kenaikan dari engagement sosial media *Instagram* SMP Yadika 3. Hasil yang penulis dapatkan yaitu terdapat kenaikan *engagement* sebesar 2.02% (target 2%) di akun *Instagram* SMP Yadika 3 selama bulan Mei hingga Desember 2020. Semula dari 14,41% menjadi 16,43% dan mendapat tambahan *followers* sebesar 199 pengikut.

Keyword: Perencanaan Strategis, Sekolah, Media Sosial, Promosi, *Brand Awareness*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	8
1.3 Tujuan Perencanaan Strategis Media Sosial.....	10
1.4 Manfaat Perancangan.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II KERANGKA / DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Era Digital	11
2.1.2 Bauran Promosi.....	14
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.1.4 Media Sosial.....	23
2.1.5 Pesan Komunikasi Media Digital	23
2.1.7 Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan	26
2.1.8 Etika Iklan Pendidikan.....	32
2.2 Referensi Karya.....	33
BAB III KONSEP PERANCANGAN	39
3.1 Tujuan Komunikasi.....	39

3.2	Strategi Komunikasi	40
3.2.1	Strategi Pesan	40
3.2.2	Strategi Pesan Interaktif	40
3.2.3	Strategi Penjualan	41
3.2.4	Strategi Konten Kreatif	41
3.3	Analisa Spesifikasi Program	42
3.3.1	Deskripsi Program	42
3.3.2	Konsep Yang Digunakan Dalam Mengeksekusi Karya	43
3.3.3	Alasan Pemilihan Karya.....	43
3.3.4	Gambaran Isi Pesan & Media Promosi	47
3.4.4	Timeline Produksi.....	49
BAB IV ANALISIS PROSES		53
4.1.	Deskripsi Program	53
4.2.	Analisis Produksi	54
4.2.1	Proses Produksi	54
4.2.2	Kendala Proses Produksi.....	58
4.3	Analisis Hasil Produksi	59
4.3.1	Non Teknis (Filosofis).....	59
4.3.2	Teknis (Proses Produksi)	59
BAB V PENUTUP		60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran	61

5.2.1	Saran Akademis	61
5.2.2	Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Empat Elemen Promotion Mix	15
Tabel 2. Timeline Produksi SMP Yadika 3 Ciledug Per Mei – Desember 2020	49
Tabel 3. <i>Creative Brief</i>	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Presentase Populasi Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2. Jarak SMP Yadika 3 dengan kompetitor langsung	6
Gambar 3. <i>Engagement Calculator Instagram</i> SMP Yadika 3	9
Gambar 4. Website Resmi Sekolah Bakti Mulya 400	34
Gambar 5. Media Sosial Instagram Sekolah Bakti Mulya 400 (SD< SMP< SMA)	35
Gambar 6. Media Sosial <i>Instagram</i> SMPN 29 Jakarta	36
Gambar 7. <i>Company Profile</i> BM 400 2018	37
Gambar 8. <i>Company Profile</i> SMP Trimulia Jakarta	38
Gambar 9. Contoh Moodboard Instagram Horizontal Color Tone	54
Gambar 10. Contoh Moodboard Puzzle	55
Gambar 11. <i>Instagram</i> SMP Yadika 3 oleh Inter-Aksi	58