



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Ariq Anwar  
44315010036

Perencanaan Strategi Promosi Digital Ruas Baru Tol JORR 2 PT. Jasamarga Kunciran Cengkareng Dalam Membangun *Awareness* Calon Pengguna pada bulan Januari – Juni tahun 2019

Bibliografi : 5 Bab 113 hal + Lampiran + 14 Buku + 11 Internet

### **ABSTRAK**

Dunia teknologi setiap waktu selalu berkembang menyesuaikan dengan berkembangnya pemikiran dan kebutuhan manusia, khususnya media sosial yang menjadi pendorong dan berperan penting bagi para *marketers*. Saat ini media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan serta memperkenalkan suatu bentuk produk/jasa. Salah satunya adalah PT. Jasamarga Kunciran Cengkareng yang merupakan komponen dari Prioritas II yaitu Tol JORR 2, PT. Jasamarga Kunciran Cengkareng memiliki ruas Kunciran - Bandara Soekarno-Hatta.

Jalan tol merupakan sebuah kebutuhan masyarakat perkotaan yang dimana sebagian waktu dihabiskan untuk mobilisasi dan membutuhkan waktu yang cepat. Oleh karena itu, perancang tertarik untuk membuat sebuah kampanye digital pada media sosial Instagram yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan membentuk citra positif perusahaan. *Big idea* yang didapat melalui hasil *brainstorming* dan analisis yaitu *be on time*. Konsep yang digunakan melalui pendekatan *daily activity* dengan inti pesan informatif dan interaktif yang terkandung pada 27 konten yang diklasifikasikan sesuai informasi dan kebutuhan kedalam 6 kategori konten berupa *hashtag* dengan waktu pelaksanaan selama 14 hari.

Perancangan kampanye digital PT. Jasamarga Kunciran Cengkareng di media Instagram dapat memberikan manfaat yang cukup signifikan terlihat dari indikator yang telah ditentukan yaitu meningkatnya jumlah pengikut, like, jangkauan dan kunjungan profile pada Instagram yang tentunya menghasilkan peningkatan *awareness* khalayak umum terhadap PT. Jasamarga Kunciran Cengkareng, sehingga kampanye digital yang dilakukan melalui konten-konten kreatif di Instagram dapat dikatakan berhasil.

Kata Kunci : Promosi, Kampanye Digital, Strategic Planner, Jalan Tol