



**ANALISA TEKNIK KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE  
DIGITAL “BAIK BERISIK” PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM SMART171 UNTUK MENINGKATKAN  
AWARENESS**

**LAPORAN SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

**CITRA AANISAH JAHROO**

**44316120038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**



**ANALISA TEKNIK KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE  
DIGITAL “BAIK BERISIK” PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM SMART171 UNTUK MENINGKATKAN  
AWARENESS**

**LAPORAN SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

**CITRA AANISAH JAHROO**

**44316120038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Aanisah Jahroo  
NIM : 44316120038  
Program Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : Analisa Teknik Komunikasi Dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” Pada Media Sosial Instagram SMART171 Untuk Meningkatkan Awareness

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 24 Februari 2023



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Citra Aanisah Jahroo

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Citra Aanisah Jahroo  
NIM : 44316120038  
Program Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : Analisa Teknik Komunikasi Dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” Pada Media Sosial Instagram SMART171 Untuk Meningkatkan Awareness

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) pada Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si. (  )  
NIDN : 0304117903  
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed (  )  
NIDN : 0316088201  
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (  )  
NIDN : 0316129201

Jakarta, 24 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **Analisa Teknik Komunikasi Dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” Pada Media Sosial Instagram SMART171 Untuk Meningkatkan Awareness.**

Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi Mahasiswa Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Advertising & Marketing Communication untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi.

Sehubungan dengan hal di atas, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat. Maka peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orangtua peneliti, yaitu Choirul Chuluq dan (Almh) Ernawati yang senantiasa memberikan do'a terbaiknya, dukungan, dan segala fasilitas yang sangat membantu dalam penyelesaian tugas akhir. Serta Muhammad Fajri, selaku adik peneliti, terima kasih atas semangatnya.
2. Bapak Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan bantuan kepada peneliti, sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom., selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Ketua Sidang dalam Pelaksanaan Sempro, dan Penguji Ahli dalam Pelaksanaan Sidang Akhir.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed., selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication dan Ketua Penguji dalam Pelaksanaan Sidang Akhir.

5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Seluruh Dosen Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
8. Teh Siti Fatimah Azzahro, selaku Pimpinan Project dari Baik Berisik Angkatan 3 dan Teh Rifa Fauziyah, selaku Manager Campaign dari SMART171. Terima kasih telah memberikan izin dan telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara.
9. Teh Firna Nahwa, selaku peserta baik berisik kategori Content Creator dari Angkatan 2 dan Teh Fahirani Gunawan, selaku peserta baik berisik kategori Millennials dari Angkatan 2. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan peneliti.
10. Marcomm Rangers Angkatan 2017: Agnes, kak Retno, kak Melina, kak Rafika, ka Bobbi, om Deddy, om Dani, kak Yogi, kak Kevin, Silvi, mba Yuli, kak Putri, kak Pipit dan kak Dina. Serta Marcommers lain: kak Khoyrounissa dan kak Happy yang senantiasa mendukung dan berjuang bersama, walaupun di masa yang berbeda.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunannya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka untuk mendapatkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi peneliti dan bagi para pembaca yang memanfaatkannya.

Jakarta, 24 Februari 2023

Citra Aanisah Jahroo



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Aanisah Jahroo  
NIM : 44316120038  
Program Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : Analisa Teknik Komunikasi Dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” Pada Media Sosial Instagram SMART171 Untuk Meningkatkan Awareness

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2023

Yang menyatakan,



Citra Aanisah Jahroo

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.4.3 Manfaat Sosial .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	20
2.2.1 Komunikasi .....	20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital .....	26



2.2.4 Kampanye Komunikasi Pemasaran .....	27
2.2.5 Pemasaran Sosial .....	30
2.2.6 Media Baru (New Media).....	31
2.2.7 Media Komunikasi (Social Media) .....	32
2.2.8 Instagram .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4.1 Data Primer.....	38
3.4.2 Data Sekunder .....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1 Logo SMART171 .....	43
4.1.2 Struktur Organisasi SMART171 .....	45
4.1.3 Tentang Baik Berisik.....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Teknik Komunikasi .....	50
4.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	54
4.2.3 Kampanye Komunikasi Pemasaran.....	56
4.2.4 Media Komunikasi (Social Media) .....	57
4.2.5 Instagram dan Teori AISAS .....	61
4.3 Pembahasan .....	69
4.3.1 Analisa Teknik Komunikasi dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” .....	69
4.3.2 Analisa Kampanye Pemasaran Digital dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” .....	72
4.3.3 Analisa Penggunaan Media Sosial Instagram SMART171 dalam Kampanye Digital “Baik Berisik” .....	73

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
5.2.3 Saran Sosial.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1 Struktur Organisasi SMART171 Periode 2022-2023 .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Global (Q1 2020 - Q1 2022).....	4
Gambar 4.1 Profil Media Sosial Instagram SMART171 .....	41
Gambar 4.2 Penjelasan Perubahan Singkatan dari SMART171 .....	43
Gambar 4.3 Logo Pertama SMART171 .....	44
Gambar 4.4 Logo Terbaru SMART171 .....	44
Gambar 4.5 Logo Baik Berisik .....	47
Gambar 4.6 Konten Oprek Kampanye Digital “Baik Berisik” .....	49
Gambar 4.7 Konten Kedua untuk Kampanye Digital “Baik Berisik” .....	49
Gambar 4.8 Kampanye Digital “Baik Berisik” dengan Teknik Komunikasi Informatif .....	52
Gambar 4.9 Kelas Baik Berisik #SmartClass untuk Para Peserta.....	53
Gambar 4.10 Konten Oprek Batch 3-3 Peserta Baik Berisik.....	56
Gambar 4.11 Engagement Rate Instagram @smart_171 pada Social Blade .....	58
Gambar 4.12 Akun Instagram @smart_171 .....	62
Gambar 4.13 Karya teh Wawa untuk Kampanye Digital Baik Berisik .....	66