

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Muhamad Imam Fauzi  
44316010001

Peran Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Edufund Sebagai *Platform Galang Dana Beasiswa Kuliah Dalam Kompetisi Internasional E-Business and Entrepreneurship Idea Showcase (eBES) 2018 Malaysia*

Bibliografi: 5 Bab 99 hal + Lampiran + 28 Buku + 13 Internet

## ABSTRAK

Tugas Akhir Prestasi ini bertujuan untuk menunjukkan peran perencanaan strategi komunikasi pemasaran dalam menghasilkan formulasi dan implementasi melalui karya konsep *business plan* Edufund pada kompetisi *International E-Business and Entrepreneurship Idea Showcase (eBES) 2018* di Multimedia University (MMU), Malaysia. Latar belakang Tugas Akhir Prestasi ini didasari dari keterlibatan penulis dan tim dalam eBES 2018 yang merupakan kompetisi untuk menjawab tuntutan perkembangan industri bisnis dengan banyaknya bermunculan perusahaan rintisan atau *startup* yang bergerak di bidang digital, yang mengharuskan mahasiswa ilmu komunikasi untuk beradaptasi dengan model pendekatan komunikasi pemasaran digital melalui memperdalam salah satu kompetensi bidang studi Advertising and Marketing Communication yaitu perencanaan strategi atau *strategic planning*.

Landasan teori dalam Tugas Akhir Prestasi ini diantaranya adalah teori Strategi Komunikasi Pemasaran, Perencanaan Strategi, Periklanan, *Brand Awareness*, *Startup*, Tahapan Perkembangan *Startup*, dan *Business Model Canvas*.

Metode pelaksanaan kompetisi eBES 2018 yang diselenggarakan oleh Fakultas Bisnis MMU Malaysia pada tanggal 15 mei 2018 dengan peserta dari Universitas Lokal Malaysia dan Universitas Internasional adalah dengan format seluruh peserta membuat laporan ringkasan bisnis, presentasi video, dan *pitching* yang harus dilakukan dalam bahasa Inggris. Kemudian tim yang lolos seleksi tahap pertama akan diberikan *booth* untuk memamerkan proyek prototipe. Setiap tim finalis menyiapkan presentasi dan diikuti sesi tanya jawab yang akan diberikan oleh dewan juri kepada para peserta. Untuk mengumpulkan data Tugas Akhir Prestasi ini, penulis menggunakan metode-metode antara lain metode observasi, metode wawancara mendalam, dan metode dokumenter.

Hasil Tugas Akhir Prestasi ini menunjukkan bahwa peran perencanaan strategi komunikasi pemasaran dalam mensosialisasikan Edufund sebagai *platform* galang dana beasiswa kuliah bukan lagi hanya berkaitan dengan hal teknis, tetapi juga lebih ke fungsi strategis. Kemudian strategi komunikasi pemasaran pada era digital ini bersifat sangat dinamis dan tak dapat tergantikan dengan mesin karena kreativitas seorang *strategic planner* secara umum diciptakan melalui pengalaman-pengalaman dan *sense* dari *knowledge* yang dimiliki. Selain itu keikutsertaan dalam kegiatan yang berkaitan dengan dunia industri digital sangat baik untuk memancing semangat mahasiswa agar dapat mengeksplorasi kemampuan diri.

Kata kunci: *Perencanaan Strategi, Komunikasi Pemasaran, Startup, Business Plan*

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Muhamad Imam Fauzi  
44316010001

The Role of Edufund's Marketing Communication Strategy Planning as a College Scholarships Funding Platform in the International Competition of E-Business and Entrepreneurship Idea Showcase (eBES) 2018 Malaysia  
Bibliography: 5 Chapter 99 pages + Appendix + 28 Books + 13 Internet

## ABSTRACT

This Final Project aims to show the role of marketing communication strategy planning in producing formulation and implementation through the work of the Edufund business plan concept at the International Competition of E-Business and Entrepreneurship Idea Showcase (eBES) 2018 at Multimedia University (MMU), Malaysia. Background of this Final Project Achievement is based on the involvement of the author in eBES 2018 which is a competition to answer the challenges of business industry trend with many emerging new startups engaged in the digital field, which require communication science students to adapt with digital marketing communication approach models through deepening one of the competencies in the field of Advertising and Marketing Communication studies, namely strategic planning.

The theoretical foundation of this Final Project is the theory of Marketing Communication Strategy, Strategic Planning, Advertising, Brand Awareness, Startup, Startup Development Stages, and Business Model Canvas.

The method of conducting the eBES competition 2018 organized by the Faculty of Business MMU Malaysia on May 15 2018 with participants from Malaysia Local Universities and International Universities in the format of all participants making business summary reports, video presentations, and pitching which must be done in English. Then the team that passed the first stage of selection will be given a booth to showcase the prototype project. Each finalist team prepares a presentation and a question and answer session that will be given by the jury to the participants. To collect this Final Project Achievement data, the author use methods including observation method, in-depth interview method, and documentary method.

The results of this Final Project show that the role of marketing communication strategy planning in socializing Edufund as a college scholarship fundraising platform is no longer only related to technical matters, but also more to strategic functions. Then the marketing communication strategy in the digital era is very dynamic and irreplaceable because the creativity of a strategic planner in general is created through the experiences and sense of knowledge. In addition, participation in activities related to the digital industry is very good to provoke students to be able to explore their abilities.

Keywords: *Strategic Planning, Marketing Communication, Startup, Business Plan*