

**Melvin Afifa Ardeliany (4123165186), TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH LANGKAH-LANGKAH STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM 7 MILLENNIAL HEROES, Januari 2020; 166 halaman; 63 lampiran; 21 buku; 2004-2018, 4 Jurnal; 2013-2018, 4 situs.**

### **ABSTRAK**

PT Media Nusantara Informasi (SINDO) merupakan situs berita online yang secara resmi berdiri pada 4 Juli 2012, di bawah manajemen PT. Media Nusantara Dinamis. Sindo memiliki program yang bernama *7 Millennial Heroes*. Program tersebut telah disosialisasikan dan dipublikasikan oleh Sindo melalui media sosial diberbagai platform. Tetapi, Setelah 3 bulan mensosialisasikan, ternyata masih banyak pengikut social media Sindo yang masih belum mengetahui tentang adanya Program *7 Millennial Heroes* dan masih banyak yang belum mengikuti *vote*. Maka dari itu, dibutuhkan langkah-langkah strategi komunikasi yang efektif guna menarik perhatian generasi milenial pembaca dan *followers* Sindo agar tercapainya tujuan yang diinginkan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, teknik penyusunan pesan, memilih media dan saluran komunikasi, produksi media, uji awal materi komunikasi, penyebaran media komunikasi, dan menganalisis efek komunikasi.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT Media Nusantara Informasi (SINDO) pada bulan September-Desember 2019. Penulis menggunakan key informan dan informan sebagai data primer melalui observasi dan wawancara mendalam, serta menggunakan instagram dan website sindo sebagai data sekunder. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai uji instrument, yaitu dengan membandingkan data dari hasil wawancara dengan beberapa sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap memilih dan menetapkan komunikator Sindo telah menggunakan para nominatornya sebagai penyambung pesan dengan harapan program tersebut dapat disebarkan kepada para followersnya. Lalu pada tahap menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, Sindo menetapkan generasi milenial pembaca dan pengikut sosial medianya. Pada tahap teknik menyusun pesan, Sindo menggunakan komunikasi persuasif untuk berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku pembacanya terhadap program

*7 Millennial Heroes* ini. Selanjutnya pada tahap memilih media dan saluran komunikasi, Sindo memilih instagram, twitter, website, Koran sindo dan juga *macro ads* sebagai media untuk mensosialisasikan program *7 Millennial Heroes*. Tahap produksi media dilakukan oleh tim redaksi dan tim sosial media dengan membuat artikel serta teaser gambar. Namun, pada tahap uji awal materi komunikasi, Sindo tidak melakukannya. Lalu, tahap penyebarluasan pesan komunikasi dilakukan sejak bulan agustus dengan menggunakan media internal sindo serta *macro ads* KRL Jabodetabek. Pada tahap menganalisis efek, Sindo ingin memotivasi para pembaca dan pengikut sosial mediana agar ikut berprestasi dan juga ikut berpartisipasi dalam vote.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah langkah-langkah strategi dalam mensosialisasikan program *7 Millennial Heroes* sudah dilakukan. Namun, sosialisainya masih kurang sehingga masih banyak pembaca yang belum mengetahui tentang adanya program *7 Millennial Heroes*.

**Kata Kunci:** Langkah-langkah strategi Komunikasi, Sosialisasi, Program *7 Millennial Heroes*



**Melvin Afifa Ardeliany (4123165186), TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH LANGKAH-LANGKAH STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM 7 MILLENNIAL HEROES, January 2020; 166 page; 63 attachment; 21 books; 2004-2018, 4 Journals; 2013-2019, 4 sites**

### **ABSTRACT**

*PT Media Nusantara Informasi (SINDO) is an online news site that was officially established on July 4, 2012, under the management of PT. Media Nusantara Dynamic. Sindo has a program called 7 Millennial Heroes. In this case, the program has been socialized and published by Sindo through social media on various platforms. However, after 3 months of socializing the program, it turns out there are still many Sindo social media followers who still don't know about the 7 Millennial Heroes Program and there are still many who haven't voted. Therefore, effective communication strategy steps are needed to attract the attention of the millennial generation to achieve the desired goals.*

*The theory used in this research is the communication strategy and the steps of the communication strategy, namely by selecting and establishing communicators, setting targets and analyzing audience needs, messaging techniques, selecting media and communication channels, media production, initial testing of communication materials, disseminating communication media, and analyze the effects of communication.*

*The research approach used in this study is a qualitative approach with descriptive research methods. This research was conducted at PT Media Nusantara Information (SINDO) in September-December 2019. The author uses key informants and informants as primary data through observation and in-depth interviews, and uses the Instagram and Sindo website as secondary data. This research uses source triangulation as a test instrument, which is by comparing data from interviews with several sources.*

*The results of this study indicate that at the stage of selecting and establishing communicators, Sindo has used its nominees as a link to the message in the hope that the program can be spread to its followers. Then in the stage of setting targets and analyzing audience needs, Sindo sets its millennial generation of readers and social media followers. In the technical phase of composing messages, Sindo uses communication persuasive to change its public's mind, attitude and behavior. Then in the stage of choosing media and communication channels, Sindo chose Instagram, Twitter, website, Sindo newspaper and also macro ads as a medium to socialize the 7 Millennial Heroes program. The media production stage is carried out by the editorial team and social media team by creating articles and picture teasers.*

*However, in the initial testing phase of communication material, Sindo didn't do it. Then, the stage of disseminating communication messages has been carried out since August using the Sindo internal media and macro ads for Jabodetabek KRL. In the phase of analyzing effects, Sindo wants to motivate its readers and social media followers to participate in achievement and also participate in votes.*

*The conclusion of this research is that the strategic steps in socializing the 7 Millennial Heroes program have been carried out. However, the socialization is still lacking so there are still many readers who do not know about the 7 Millennial Heroes program.*

*Keywords: Communication strategy steps, Socialization, 7 Millennial Heroes Program*

