



MONITORING MEDIA SOSIAL KT&G SANGSANGUNIV INDONESIA UNTUK MENGANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MENGGUNAKAN *TOOLS NOLIMIT*

MUHAMMAD AUFA ABDUL HAKIM



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagaian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

1. Dilarang mengutip sebagaian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagaian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul "*Monitoring Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia untuk Menganalisis Efektivitas Promosi Menggunakan Tools NoLimit*" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Tugas Akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Muhammad Aufa Abdul Hakim
J0301211281

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagaian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.



Kata kunci: KT&G SangSanguniv Indonesia, Media *Monitoring*, Media Sosial, NoLimit, Promosi

RINGKASAN

MUHAMMAD AUFA ABDUL HAKIM. *Monitoring* Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia untuk Menganalisis Efektivitas Promosi Menggunakan Tools NoLimit. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

Teknologi di zaman modern ini sudah berkembang sangat pesat dalam membantu kehidupan manusia sehari-hari, salah satunya adalah komunikasi. Komunikasi menjadi aspek sangat penting dalam kehidupan manusia, khususnya dalam dunia bisnis yaitu komunikasi promosi. Komunikasi promosi merupakan kegiatan untuk mempersuasi peminat agar tertarik dengan suatu produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas media *monitoring* media sosial KT&G SangSanguniv Indonesia dalam menganalisis efektivitas promosi menggunakan tools NoLimit dan menganalisis strategi kreatif yang diterapkan untuk menganalisis efektivitas promosi di media sosial KT&G SangSanguniv Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil dari penelitian aktivitas media *monitoring* media sosial KT&G SangSanguniv Indonesia menggunakan tools NoLimit adalah tahapan media *monitoring* menggunakan tools NoLimit terdapat tiga tahapan yaitu pengumpulan data (data mining), analisis pemberitaan, dan pelaporan. Hasil dari *monitoring* tersebut menunjukkan tidak efektif kegiatan promosi di media sosial pada periode 01 Oktober sampai dengan 31 Desember karena terus menurunnya grafik pada metrik. Media *monitoring* menggunakan tools NoLimit sangat membantu KT&G SangSanguniv Indonesia dalam melakukan aktivitas *monitoring*. Hasil dari penelitian strategi kreatif yang diterapkan untuk menganalisis efektivitas promosi pada media sosial adalah menerapkan proses kreatif yang terdiri dari lima proses yaitu inspirasi, distilasi, perspirasi, evaluasi dan inkubasi. Hasil dari strategi tersebut menunjukkan bahwa strategi kreatif yang digunakan oleh SangSang Friends sesuai dengan proses kreatif Petty (1997). Proses kreatif ini membantu untuk menghasilkan ide konten yang relevan, merancang konten yang lebih struktur, dan mengeksekusi konten secara efisien.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tugas Akhir : *Monitoring Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia Untuk Menganalisis Efektivitas Promosi Menggunakan Tools NoLimit*
Nama : Muhammad Aufa Abdul Hakim
NIM : J0301211281

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Hudi Santoso S.Sos, M.P.
NPI. 201807198005241001

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso S.Sos, M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian: 17 Juni 2025

Tanggal Lulus:



Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhannahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Tugas Akhir ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan bulan Mei 2025 ini adalah "*Monitoring Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia untuk Menganalisis Efektivitas Promosi Menggunakan Tools NoLimit.*" Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Yanti Sri Rochmulyati dan selaku orang tua, Yusra Nur Hanifah, Fadhil Zaky Widyoseno, Lukmanul Hakim, Nur Jannah selaku kakak-kakak dari penulis, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, restu, dan kasih sayang.
2. Alm. Achamid Daniel selaku ayah penulis, Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk mendiang ayah penulis.
3. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor
4. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media sekaligus dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberikan saran dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Dr. Leonard Dharmawan S.P., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk Tugas Akhir penulis hingga Tugas Akhir penulis menjadi lebih baik.
6. Seluruh jajaran dosen program studi Komunikasi Digital dan media atas segala pengalaman dan pembelajarannya selama masa perkuliahan.
7. KT&G SangSanguniv Indonesia yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian Tugas Akhir.
8. Diri sendiri yang bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan bisa bertahan sejauh ini untuk menyelesaikan semuanya.
9. Arzu, Aurellia, Syafitrie, Finno, Salma, Vania, Adela, Sya'ran, Zaky, Michelle, Khanisa, Aji Gumiwang, Intan, Fachri, Alsa, Shafa, Evelyn, Fahmi, Dhafine, serta teman-teman bimbingan Pak Hudi yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Seluruh teman-teman program studi Komunikasi Digital dan Media Angkatan 58 yang telah menyertai dan membersamai penulis dalam menempuh studi.
11. Jisoo, Jennie, Rose, dan Lisa yang telah menjadi penyemangat penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Muhammad Aufa Abdul Hakim



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori	7
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Lokasi dan Waktu	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	20
3.4 Data dan Instrumen	21
3.5 Subyek Penelitian	21
3.6 Teknis Analisis Data	22
3.8 Output Penelitian	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum KT&G SangSanguniv Indonesia	24
4.2 Aktivitas <i>Monitoring</i> Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia <i>Tools NoLimit</i>	27
4.3 Strategi Kreatif yang Diterapkan pada Konten Promosi di Media Sosial KT&G SangSanguniv Indonesia	41
V. SIMPULAN DAN SARAN	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagai seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Studi Literatur tentang Media <i>Monitoring</i>	12
2	Studi Literatur tentang Strategi Kreatif	15
3	Penelitian Informan	23

DAFTAR GAMBAR

4	Data Insight Instagram @sangsangunivid	3
5	Data <i>Insight</i> TikTok @sangsangunivid	4
6	Kerangka Pemikiran Sumber	19
7	Gedung KT&G SangSanguniv Indonesia	24
8	Logo KT&G SangSanguniv Indonesia	25
9	Struktur KT&G SangSanguniv Indonesia Sumber	26
10	Diagram Sentiment Analysis	32
11	Grafik Engagement Rate Instagram KT&G SangSanguniv Indonesia	33
12	Grafik Engagement Rate TikTok KT&G SangSanguniv Indonesia	34
13	Grafik Engagement Rate YouTube KT&G SangSanguniv Indonesia	34
14	Grafik Reach and Impressions KT&G SangSanguniv Indonesia	35
15	Grafik Followers Growth KT&G SangSanguniv Indonesia	36
16	Content Performance KT&G SangSanguniv Indonesia	38
17	Word Cloud KT&G SangSanguniv Indonesia	39
18	Grafik Engagement Rate KT&G SangSanguniv Indonesia	42
19	Brief Konten Promosi KT&G SangSanguniv Indonesia	45
20	SangSang Friends Content Tracker	46
21	Konten Promosi SangSang Friends	47