

- 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.

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**

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.

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

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</i> NoLimit	27
4.3Strategi 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

