



**PELAKSANAAN KEGIATAN *DIGITAL MARKETING*  
SEBAGAI UPAYA *POSITIVE AFFECTIONS*  
PROGRAM SEKOLAH LITERASI NASIONAL PT  
NYALA MASA DEPAN INDONESIA (NYALANESIA)**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Terapan Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat  
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

**Oleh :**

**Shafa Azzalya Larasati**

**NIM. 40020620650019**

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS  
SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :  
Nama : Shafa Azzalya Larasati  
NIM : 40020620650019  
Program Studi : STr. Informasi dan Humas  
Judul Tugas Akhir : Pelaksanaan Kegiatan *Digital Marketing*  
Sebagai Upaya *Positive Affections Program*  
Sekolah Literasi Nasional PT Nyala  
Masadepan Indonesia (Nyalanesia)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

#### TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si.  
Penguji I : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono. M.S.  
Penguji II : Yayuk Endang Irawati, S.S., M.A.



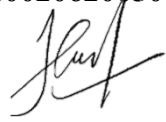
Semarang, 22 September 2025  
Ketua Prodi Informasi dan Humas



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 199202122020122022

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana terapan (S.Tr) yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

|                     |   |                                                                                      |
|---------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nama</b>         | : | <b>Shafa Azzalya Larasati</b>                                                        |
| <b>NIM</b>          | : | <b>40020620650019</b>                                                                |
| <b>Tanda Tangan</b> | : |  |
| <b>Tanggal</b>      | : | <b>10 September 2025</b>                                                             |

## **PERSEMBAHAN**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara fisik, mental, bahkan material sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan penulis kenikmatan berupa nikmat iman, islam, dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;
2. Keluarga Penulis, Bapak, Ibu, dan Adik sebagai pendukung utama yang telah mendoakan penulis tanpa henti untuk menjadi anak yang berhasil dan bahagia, memfasilitasi seluruh proses studi yang dijalankan penulis, dan jasa yang besar karena telah menjadi motivator penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini;
3. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan (S.Tr) Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro;
4. Mas Dr. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberi insight baru, membuka kesempatan diskusi seluas luasnya, serta mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
5. Mas Dr. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. dan Mbak Yayuk Endang Irawati, S.S., M.A. selaku Dosen Penguji yang telah menguji serta memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
6. Nyalanesia, Seluruh Atasan, dan Karyawan, kantor yang berkontribusi dalam perkembangan keilmuan, menjadi tempat penelitian, serta pekerjaan pertama penulis bahkan sebelum lulus yang membawa banyak pelajaran bagi kehidupan dan penulisan Tugas Akhir ini;
7. Seluruh Dosen dan Admin Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah mengajar dari awal semester sampai saat ini dan membagikan banyak pengalaman hidup yang memotivasi penulis untuk semangat menjadi orang sukses;

8. Mas Bima, Mas Wildan, Mbak Eka, Mbak Salma, dan Intern Tim Product Development yang telah memberikan kesempatan dan mempercayakan penulis sebagai Product Associate untuk berkontribusi dalam berkembang Nyalanesia;
9. Info Pergaulan, Rini Rahyuni, Ahmad Chakim, dan Setyawan Hayu, sebagai sahabat penulis di Nyalanesia yang telah membantu perkembangan mental serta menjadi teman bagi penulis hingga saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
10. Sahabat masa SMA, terutama Denaya Ashari dan Arini Riska yang selalu memberikan dukungan, menjadi teman diskusi, teman berbagi hidup selama penulis remaja hingga beranjak dewasa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
11. Sepupu Penulis, Adeline Ababil yang telah berkontribusi sebagai sahabat kecil, teman berbagi suka duka bersama penulis hingga dewasa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
12. Sahabat KKN penulis, Salma, Septi, Laras, Arif, Yoriel, dan Yuda sebagai teman yang telah kebersamaan perjalanan penulis dalam dunia akademik, serta bersama-sama membawa pelajaran baru dalam dunia bermasyarakat;
13. Anak Kontrakan, Tiara Ghina, Modis, Devina, Ivania, Eriza, dan Bunga sebagai teman penulis pada awal perkuliahan dan memberikan banyak pengetahuan mengenai Prosedur Tugas Akhir;
14. dr. I Gusti Bagus Indro, Sp.KJ., dr. Afinia Permanasari, Sp.KJ. yang telah menjadi pendamping mental penulis selama perkuliahan hingga proses penulisan Tugas Akhir ini selesai;
15. Teman-teman, keluarga besar, tetangga penulis dan yang belum bisa Penulis tulis satu per satu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir yang berjudul **"Pelaksanaan Kegiatan Digital Marketing Sebagai Upaya *Positive Affections* Program Sekolah Literasi Nasional PT Nyala Masadepan Indonesia (Nyalanesia)"** ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi tanpa henti. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan. Selain itu, saya juga berterima kasih kepada pihak PT Nyala Masadepan Indonesia (Nyalanesia), yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk saya melaksanakan kegiatan dan mengumpulkan data. Terakhir, terima kasih kepada semua pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu atas kontribusi dan bantuannya yang telah menyukseskan penyelesaian Tugas Akhir ini.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang digital marketing dan komunikasi.

Surakarta, 10 September 2025

## DAFTAR ISI

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| Halaman Judul .....                          | i   |
| Halaman Persetujuan .....                    | ii  |
| Halaman Pernyataan Orisinalitas .....        | iii |
| Halaman Persembahan .....                    | iv  |
| Kata Pengantar .....                         | vi  |
| Daftar Isi.....                              | vii |
| Abstrak .....                                | ix  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                      | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                    | 9   |
| 1.3 Tujuan .....                             | 9   |
| 1.4 Manfaat .....                            | 9   |
| 1.5. Luaran .....                            | 11  |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                | 12  |
| 2.1 Kajian Karya Terdahulu.....              | 13  |
| 2.2 Pengantar <i>Marketring</i> .....        | 13  |
| 2.3 <i>Marketing Funnel</i> .....            | 14  |
| 2.4 <i>Digital Marketing</i> .....           | 18  |
| 2.5 Komunikasi Pemasaran .....               | 18  |
| 2.6 <i>Online Event</i> .....                | 18  |
| BAB III METODE PELAKSANA.....                | 20  |
| 3.1 Metode Penciptaan Karya.....             | 20  |
| 3.2 Teknik Pemngumpulan Data .....           | 24  |
| 3.3 Pengantar <i>Marketring</i> .....        | 13  |
| 3.4 Segmentasi .....                         | 25  |
| 3.5 <i>Standard Sequence Guide</i> .....     | 25  |
| 3.6 Term of Reference dan Rundown Event..... | 28  |
| 3.7 Rancangan Anggaran Biaya.....            | 29  |
| BAB IV LAPORAN HASIL PRODUKSI .....          | 30  |
| 4.1 Pra Produksi.....                        | 30  |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 4.2 Produksi .....                         | 33 |
| 4.3 Pasca Produksi .....                   | 34 |
| 4.4 Hasil dan Pembahasan Karya Bidang..... | 36 |
| 4.5 Hambatan.....                          | 40 |
| 4.6 Evaluasi .....                         | 41 |
| BAB V PENUTUP .....                        | 42 |
| 5.1 Kesimpulan .....                       | 42 |
| 5.2 Saran .....                            | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA                             |    |
| LAMPIRAN                                   |    |

## **ABSTRAK**

Kemunculan Start-up dimasa kini menjadi sebuah titik terang bagi keberadaan bisnis Indonesia. Namun, disisi lain eksistensi Start-up sering diragukan keberadaannya karena usia dan kestabilan bisnisnya yang cenderung tidak stabil. Salah satunya strategi yang kurang matang utamanya pada lini pemasaran. Dengan adanya masalah strategi tersebut, nantinya tugas akhir ini akan melakukan implementasi bagaimana rangkaian aktivitas digital marketing dapat mempengaruhi afeksi positif produk pada program Sekolah Literasi Nasional dari PT Nyala Masadepan Indonesia pada tahun 2024 dengan Metode Pelaksanaan RACE Digital Marketing Framework

Kata Kunci: Digital Marketing, Afeksi Positif, Start-Up , Event Marketing