

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PRODUKSI KONTEN KAMPANYE BELANJA
CASHLESS DI E-COMMERCE MELALUI MEDIA
*@virtualcash.idn***



Oleh: FIORENTINA PUSURA PUTRI

NRP. 1423018028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA SURABAYA
2021**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK
PRODUKSI KONTEN KAMPANYE BELANJA
CASHLESS DI E-COMMERCE MELALUI MEDIA
*@virtualcash.idn***



**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana IlmuKomunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**

Oleh: FIORENTINA PUSURA PUTRI

NRP. 1423018028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA SURABAYA
2021**

"

"

.....k

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Fiorentina Pusura Putri

NRP: 1423018028

Jurusan: Ilmu Komunikasi

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Kerja Praktik saya yang berjudul:

**PRODUKSI KONTEN KAMPANYE BELANJA CASHLESS DI E-COMMERCE
MELALUI MEDIA @virtualcash.idn**

Adalah benar – benar hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan hal tentang plagiarisme saya siap untuk diproses secara hukum menurut pihak fakultas dan program studi pihak Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 10 Desember 2021
Yang membuat pernyataan,



Fiorentina Pusura Putri
NRP.1423018028

HALAMAN PERSETUJUAN

OLEH:

FIorentina PUSURA PUTRI

NRP: 1423018028

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Nanang Krisdianto, Drs., M.Si.

NIDN.0726126602

TANGGAL: 10 Desember 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demikian demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Fiorentina Pusura Putri

NRP: 1423018028

Jurusan: Ilmu Komunikasi

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ilmu Komunikasi

Tahun lulus: 2021

Dengan ini SETUJU Laporan Kerja Praktik saya dengan judul:
**PRODUKSI KONTEN KAMPANYE BELANJA CASHLESS DI E-COMMERCE
MELALUI MEDIA @virtualcash.idn**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di Internet maupun media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 10 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Fiorentina Pusura Putri
NRP.1423018028

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH
FIORENTINA PUSURA PUTRI NRP.1423018028

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 10 Desember 2021 DAN DINYATAKAN LULUS
OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



THERESIA INTAN PUTRI HARTIANA, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0725058704

Tanggal 10 Desember 2021

MENGETAHUI:

DEKAN, FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

HALAMAN PERSEMBAHAN

Proses pembuatan laporan kerja praktik tidak terlepas dari penyertaan Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat mengucapkan Puji Syukur atas berkat dan rahmat yang diberikanNya. Penulis juga berterima kasih kepada keluarga dan teman-teman terdekat yang senantiasa memberikan dukungan, mulai dari pembuatan konten hingga laporan kerja praktik juga dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Saya ingin mengucapkan terima kasih juga kepada dosen pembimbing yang telah membimbing saya. Penulis memberikan apresiasi kepada diri sendiri karena tekad dan semangat yang kuat dalam menyelesaikan rangkaian tugas akhir demi mendapat gelar S.I.KOM dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Akhir kata, sekali lagi penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Surabaya,10 Desember 2021

Fiorentina Pusura Putri

"

KATA PENGANTAR

Pembuatan konten “Kampanye Belanja Cashless” telah melalui berbagai proses. Rangkaian proses tersebut dijalankan sebaik – baiknya oleh penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik dengan baik. Dalam judul, “Produksi Konten Kampanye Belanja *Cashless* di *e-commerce* melalui media @*virtualcash.idn*”. Penulis akhirnya dapat menyelesaikan dengan baik. Penulis membuat karya menarik untuk mendapatkan gelar S.I.Kom di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Rangkaian proses yang dijalani oleh penulis dapat menghasilkan karya dan laporan kerja praktik tidak terlepas dari adanya dukungan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu membantu dan memberikan kekuatan bagi penulis, baik dari psikologis dan fisik.
2. Keluarga dan teman – teman yang mendukung penuh serta memberi motivasi dalam pengerjaan.
3. Bapak Nanang Krisdianto yang membantu saya dalam memberikan saran maupun kritik dalam proses pengerjaan proposal maupun laporan kerja praktik supaya dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas semua bantuannya dalam mengerjakan konten dan laporan kerja praktik
5. Teman – teman seperjuangan seminar maupun skripsi dari Angkatan tahun 2018 yang selalu saling menyemangati, memberikan pengalaman, berbagi cerita agar dapat meraih kesuksesan bersama – sama.
6. Seluruh pihak pendukung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dukungan dan doa adalah hal yang penting agar dapat menyelesaikan proses laporan kerja praktik ini tepat waktu.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Abstrak	xii
Bab I. PENDAHULUAN.....	1
I.1.Latar Belakang.....	5
I.2.Bidang Kerja Praktik	6
I.3.Tujuan Kerja Praktik	6
I.4.Manfaat Kerja Praktik.....	7
I.5.Tinjauan Pustaka.....	8
I.5.1. Kampanye.....	9
I.5.2. <i>Consumer Behaviour</i>	10
I.5.3. <i>Social Media Marketing</i>	11
I.5.4. Produksi Konten Sosial Media.....	14
Bab II. HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTEK.....	15
2.1. Gambaran Isu Sosial.....	17

2.2. Gambaran Projek Kerja Praktek.....	18
2.3. Waktu dan Pelaksaaan Kerja Praktik	19
2.4. Tugas dan Tanggung Jawab Anggota.....	20
2.5. Hasil dan Temuan.....	28
BAB III. PEMBAHASAN.....	35
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
IV.1. KESIMPULAN.....	42
IV.2. SARAN.....	43
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

I.5.1.Tahapan Produksi Konten.....	22
II.2.1.Tabel SWOT.....	26
II.2.2.Tabel Gambaran Kerja Praktek	28

DAFTAR GAMBAR

I.1.Komposisi Umur Penduduk di Indonesia.....	3
I.2.Rasio Transaksi E-commerce 2020.....	4
I.2.1.Data penggunaan Sosmed Januari 2021.....	5
II.5.1.Hasil Konten “Tips and Trick”	13
II.5.2.Hasil Konten Infografis “Millenials Shopping Behaviour”.....	14
II.5.3.Karakteristik Generasi Millennials.....	15
II.5.4.Hasil Konten “Bank Indonesia Setuju Cashless.....	17
II.5.5.Tranaksi Digital QRIS.....	18
II.5.6.IgStory “Ala Millenials Buyer”.....	20
II.5.7.Hasil Konten”Dua Metode Pembayaran”.....	22
II.5.8.Sistem Cashback “Cashless”.....	24
III.1.1.Konten “No Cash Cash Club but Cashless more important”.....	34
III.1.3.Konten Podcast “Transaksi cashless lebih hype daripada COD.....	36

ABSTRAK

Perkembangan pada era digital sekarang mengenai kampanye belanja *cashless* pada *e-commerce* di era *new normal*. Dalam laporan kerja praktik, penulis ingin membagikan hasil konten – konten yang telah dibuat tentang produksi konten media melalui Instagram tentang *cashless*. Fenomena tentang *cashless* ramai diperbincangkan oleh beberapa masyarakat. Selain itu, ingin memberikan informasi kepada masyarakat terutama generasi *millennials*. Kerja praktik ditujukan untuk memenuhi mata kuliah untuk menunjang mahasiswa terjun ke dalam dunia kerja. Dalam kerja praktik, penulis menggunakan media sebagai perantara dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Proses tahapan produksi konten juga membantu dalam pembuatan konten kampanye belanja *cashless* pada era *new normal*.

Kata kunci: Kampanye, Cashless, Instagram