

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### 2.1 Sekilas Tentang Campaign.com

Campaign.com ialah sebuah perusahaan *start up* yang bergerak dibidang digital, dengan mengangkat isu-isu sosial melalui aplikasi buatannya yakni Campaign #ForChange. Perusahaan ini berdiri dengan nama resmi yakni PT Unitokopo Teknologi, dan lebih dikenal sebagai Campaign.com.

Gambar 2. 1 Logo Campaign.com



Sumber: [www.campaign.com](http://www.campaign.com)

Sejak tahun 2013 perusahaan Unitokopo Teknologi telah merencanakan untuk mengembangkan aplikasi digital yang dapat menginspirasi masyarakat banyak. Kemudian rencana tersebut semakin dibantu dengan munculnya kampanye #ALSIceBucketChallenge pada tahun 2014 di Amerika Serikat, yang mendapatkan dukungan dari khalayak luas hingga mampu mengumpulkan dana hingga \$220 juta USD (Campaign.com, 2022). Kesuksesan kampanye tersebut memicu semangat dari Campaign.com untuk membuat lebih banyak tantangan-tantangan yang menyangkut berbagai isu sosial didalam masyarakat. Campaign.com mengharapkan dengan adanya lebih banyak tantangan, akan membuat lebih banyak orang semakin sadar akan berbagai isu dan persoalan sosial yang membutuhkan bantuan.

Gambar 2. 2 *Officer Campaign.com team 2022*



Sumber: [www.campaign.com](http://www.campaign.com)

Perusahaan Unitokopo Teknologi ini akhirnya resmi mendirikan Campaign.com di tahun 2015. Campaign.com memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah platform, yang mampu menaungi orang-orang dalam membuat perubahan baik di dunia sebagaimana yang terjadi saat digalangnya kampanye #ALSIceBucketChallenge. Platform yang dibuat oleh Campaign.com diharapkan mampu menjadi wadah yang tepat bagi semua orang, yang mau melakukan tantangan-tantangan yang berdampak baik bagi dunia. Berangkat dari hal tersebut, Campaign.com akhirnya memiliki misi untuk menjadi platform yang dapat menciptakan ruang aman untuk mengambil aksi-aksi yang membawa perubahan berdampak baik bagi dunia. Selain itu, seiring dengan tercetusnya misi tersebut, Campaign.com juga memiliki visi untuk menjadikan dunia menjadi tempat yang lebih baik bagi semua orang (Campaign.com, 2022).

Tahun berikutnya setelah resmi berdiri, Campaign.com mulai menjajaki perjalanan guna mencapai visi menjadikan dunia sebagai tempat yang lebih baik. Kolaborasi dengan komunitas sosial Yayasan Lentera Indonesia dan Magdalene dilakukan pada tahun 2016 dalam proyek kampanye #MulaiBicara. Kolaborasi dengan komunitas sosial ini, menjadi yang pertama kalinya bagi Campaign.com untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kampanye sosial. Kampanye perdana yang dilakukan oleh Campaign.com ini akhirnya menuai kesuksesan dengan, menembus 20 pemutaran film di universitas hingga 300 *workshop* di berbagai sekolah yang mencapai total ribuan peserta (Campaign.com, 2022). Berbekal kesuksesan dan pengalaman sejak kampanye pertama yang berkolaborasi dengan komunitas sosial, Campaign.com melebarkan sayap dengan berkolaborasi dengan organisasi internasional World Wide Fund for Nature (WWF). Kampanye yang dilakukan bersama dengan WWF berjudul #DoubleTigers yang mengangkat isu tentang kepunahan Harimau Sumatera (Campaign.com, 2022).

Produk pertama yang dimiliki oleh Campaign.com ialah sebuah aplikasi seluler dengan nama Campaign #ForChange. Aplikasi ini resmi diluncurkan pada tahun 2018, dan tersedia untuk mobile ponsel berbasis iOS dan juga Android.

Gambar 2. 3 Tampilan aplikasi Campaign #ForChange



Sumber: Dokumentasi dari aplikasi Campaign.com

Sejak pertama kali diluncurkan, aplikasi Campaign #ForChange ditujukan sebagai salah satu platform media sosial yang dapat menjadi wadah untuk menaungi pergerakan perubahan sosial di Indonesia. Fitur Challenge akhirnya diluncurkan dalam aplikasi Campaign #ForChange, yang memfasilitasi komunitas untuk dapat membuat kampanye. Selain itu, fitur ini juga memudahkan Changemakers (user aplikasi Campaign #ForChange) untuk dapat mengambil aksi perubahan sosial (Campaign.com, 2022). Seiring dengan berjalannya waktu dan berbagai kegiatan

yang telah dilakukan oleh Campaign.com, pengguna aplikasi Campaign #ForChange juga semakin meningkat. Hal ini kemudian menjadi salah satu indikator kesadaran khalayak, dalam perubahan yang baik terkait isu sosial yang ada ditengah masyarakat.

Setelah berjalan selama kurang lebih lima tahun, Campaign.com akhirnya memilih untuk berkolaborasi dan berkomitmen guna melakukan hanya kampanye sosial. Hingga pada Januari 2019 Campaign.com meluncurkan Young Changemakers Social Enterprise (YCSE) Academy 1.0, yang bertujuan untuk mengembangkan kapasitas untuk menjadi wirausahawan sosial (Campaign.com, 2022). Akademi yang diluncurkan oleh Campaign.com ini adalah kolaborasi dengan @america, dan telah diikuti oleh lebih dari 100 *social enterprise* diseluruh Indonesia. Kemudian ditahun ini Campaign.com juga meluncurkan fitur baru yang bertujuan untuk melengkapi aplikasi Campaign #ForChange, fitur tersebut adalah fitur Challenge (Campaign.com, 2022). Fitur Challenge ini memiliki fungsi untuk mempermudah seluruh komunitas yang ada tergabung dalam Campaign #ForChange untuk membuat kampanye. Selain itu, fitur ini juga memungkinkan bagi *supporter* untuk mengambil aksi sosial dan memberikan dampak berupa perubahan bagi dunia yang semakin baik.

Tahun berikutnya Campaign.com tetap menjalankan berbagai kegiatan dan program yang telah dicanangkan, meskipun di tahun 2020 yang lalu perusahaan ini menjadi salah satu yang terdampak pandemi Covid-19. Sehingga seluruh kegiatan operasional perusahaan dialihkan dengan menggunakan sistem *Remote Working* dengan menggunakan bantuan aplikasi Slack dan Jira. Perusahaan ini tetap

menjalankan peluncuran berbagai aksi sosial yang diikuti oleh ribuan changemakers. Target perluasan Campaign.com guna memberikan dampak sosial yang lebih luas juga tercapai di tahun ini. Campaign.com berhasil membentuk tim yang berbasis diluar Jakarta, yakni Yogyakarta sebagai bentuk upaya pelebaran sayap yang diharapkan dapat mencakup lebih banyak lagi changemakers untuk membantu perwujudan dampak sosial yang jauh lebih besar (Campaign.com, 2022). Akhirnya di tahun ini dengan terbentuknya tim di Yogyakarta, Campaign.com berhasil bekerja sama dengan lebih banyak komunitas sosial di Indonesia terlebih Yogyakarta.

Hingga saat ini Campaign.com telah melalui berbagai tantangan yang muncul sejak awal perjalanan dalam upaya awal mereka yakni, menciptakan dunia menjadi tempat yang lebih baik bagi semua orang. Sebagai bagian dari fondasi yang menopang Campaign.com untuk dapat bertahan hingga saat ini, dibutuhkan nilai-nilai yang menjadi panduan dan acuan utama. Adapun Campaign.com memiliki empat nilai utama yang dijadikan sebagai panduan berjalannya perusahaan. Nilai pertama ialah komitmen Campaign.com untuk menyediakan platform yang menaungi teman-teman komunitas untuk menemukan solusi atas berbagai isu sosial yang mereka hadapi. Lalu, nilai kedua yang ditanamkan oleh Campaign.com ialah pengamalan kolaborasi yang saling menguntungkan berbagai pihak baik itu *supporter*, sponsor dan juga organizer dengan ikatan yang jujur, aktif serta efektif. Nilai berikutnya yang dijunjung oleh Campaign.com ialah upaya mereka untuk menjadikan Campaign #ForChange sebagai *platform safe space* yang dapat diakses oleh siapapun, bebas dari sikap negatif serta edukatif dan hubungan kolaborasi yang

kontinu. Selanjutnya Campaign.com juga menanamkan nilai bahwa berpartisipasi dalam upaya mengubah dunia menjadi tempat yang lebih baik ialah kegiatan yang menyenangkan dan juga mudah dilakukan (Campaign.com, 2022). Empat nilai utama yang amalkan oleh Campaign.com itulah, yang berhasil menjadikan Campaign.com sebagai perusahaan digital dengan fokus kampanye sosial yang sukses dengan berbagai pencapaian dan prestasi hingga saat ini.

## **2.2 Media Sosial Tiktok Campaign.com**

Sejak masa pandemi Covid-19 di tahun 2020, Campaign.com mulai menggunakan media sosial Tiktok sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk produk mereka. Media sosial ini menjadi salah satu pilihan Campaign.com, setelah penggunaan media sosial lain seperti Instagram dan Facebook. Konten media sosial Tiktok milik Campaign.com, juga mulai aktif diunggah sejak masa pandemi Covid-19. Hingga sekarang perusahaan Campaign.com masih konsisten menggunakan media sosial Tiktok, untuk pemasaran produk mereka (Campaign.com, 2022).

Akun media sosial Tiktok Campaign.com per November 2022 telah mencapai jumlah *followers* sebanyak lebih dari 15.500 (Campaign.com, 2022). Jumlah pengikut yang terbilang cukup banyak ini, menjadi suatu indikator yang membuktikan perkembangan signifikan Tiktok Campaign.com. Angka tersebut juga diperoleh Campaign.com berkat konten-konten yang mereka miliki. Saat ini sebagian besar konten Campaign.com merupakan video informatif berisi penjelasan dan tulisan, yang mudah dimengerti oleh audiens. Media sosial Tiktok Campaign.com juga secara konsisten memiliki ciri khas untuk setiap konten yang

mereka unggah, dengan memberikan *cover* video yang berisikan judul dari informasi dalam video tersebut.

Sejak awal menggunakan media sosial Tiktok, Campaign.com memiliki konten yang berbeda dengan yang mereka miliki saat ini. Konten tersebut cenderung mengarah pada informasi yang berisi pengenalan atas perusahaan Campaign.com dan produk yang mereka miliki. Namun, seiring dengan perjalanan proses pemasaran yang menggunakan Tiktok, Campaign.com akhirnya mengunggah konten yang lebih menasar audiensnya. Adapun konten-konten tersebut berisi berbagai informasi terkait tips dan trik serta informasi yang menyangkut empat isu fokus Campaign.com. Selain itu, media sosial Tiktok Campaign.com juga aktif mengunggah konten setiap hari dengan mengangkat berbagai topik hangat di media digital (Campaign.com, 2022).