



**STRATEGI KAMPANYE PENGGUNAAN PRODUK
LAYANAN TANDA TANGAN ELEKTRONIK (E-SIGN) PT.
SOLUSI NET INTERNUSA DIGISIGN.ID DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

LAPORAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Gracecia Pauletta Pasomba

NIM: 44217110129

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI JURUSAN *PUBLIC RELATIONS*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gracecia Pauletta Pasomba

NIM : 44217110129

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 Maret 2024



Materai dan ttd Nama Mahasiswa.


HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

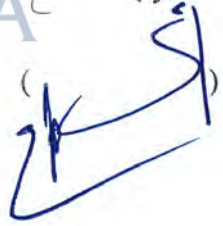
Nama : Gracecia Pauletta Pasomba
NIM : 44217110129
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi/ Bidang Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dwi Firmansyah, M.Ikom ()
NIDN : 0329077603

Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301

Penguji Ahli : Muthia Rahayu, M.Ikom ()
NIDN : 0322029302

Jakarta, 14 Maret 2024

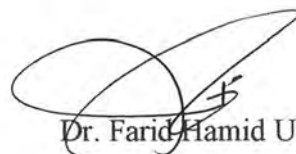
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur Saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karna berkat Rahmat dan Karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram**”.

Penulis menyadari bahwa proposal ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini dan secara khusus pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dwi Firmansyah, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing, atas segala bimbingan arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Ketua penguji sidang atas kelancaran sidang dan saran-saran yang diberikan kepada penulis sehingga sidang skripsi dapat dijalankan dengan baik.
3. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom selaku Penguji Sidang atas kelancaran yang diberikan saat sidang skripsi sehingga sidang bisa diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

6. Sekretaris Kaprodi Bapak Kurniawan Prasteyo, M.Ikom dan Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom
7. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan Staff dalam Lingkup Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu.
8. Seluruh Narasumber yang sudah meluangkan waktunya untuk wawancara dalam penelitian ini.
9. Ayahanda Tersayang Tonny Pasomba dan Ibu tersayang Arie Anwitasari yang selalu bangga dan support saya
10. Keluarga saya oma, Tante beka, dan om Andi
11. Kepada Adik-adik saya tercinta Daniel, Gaby, Vincent yang sudah menjadi penyemangat saya
12. Seluruh Sahabat-Sahabat saya Debby, Mila, Elsa, Maya, Ita, Rida since day 1 jadi anak kampus susah senang bareng terus
13. Sahabat saya Putri yang selalu support saya dalam mengerjakan skripsi saya
14. Mantan-mantan terindah yang sudah mau direpotkan saat saya berkuliah salah satunya Esa yang sudah membantu proses pembuatan skripsi

Jakarta, 26 Januari 2024

Gracecia Pauletta Pasomba

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gracecia Pauletta Pasomba
NIM : 44217110129
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Gracecia Pauletta Pasomba)

Nama : Gracecia Pauletta Pasomba
NIM : 44217110129
Judul Skripsi : Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram
Pembimbing : Dwi Firmansyah, M.Ikom

ABSTRAK

Tandatangan digital sudah masuk dalam hukum kenegaraan yang menjadi landasan utama tertuang dalam pada Undang-Undang (UU) Informasi Transaksi Elektronik (ITE) No 11 Tahun 2008, pasal 11, Tanda Tangan Digital memberikan jaminan identitas yang valid, jaminan kerahasiaan, jaminan integritas, serta jaminan nirsangkal terhadap dokumen dan transaksi elektronik.

Penggunaan tanda tangan masih awam karena diragukan keabsahannya dan keasliannya begitu juga Masyarakat masih khawatir akan disalah gunakan tanda tangannya. Terjalannya Kerjasama dengan lembaga resmi tidak cukup namun produk tanda tangan elektronik harus mendapat pengakuan dan legalitas dari Kominfo. Maka perlu ada edukasi kepada Masyarakat bahwa keaslian dan keabsahan begitu juga privasi terjaga.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji tentang bagaimana Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-sign) PT. Solusi Net Internusa Digisign.ID di Media Sosial Instagram dalam mengedukasi masyarakat tentang tanda tangan digital.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa melalui media sosial Instagram Digisign.id.id dapat disimpulkan bahwa kampanye yang dilakukan Digisign.id untuk saat ini masih seputaran kampanye yang bersifat edukasi kepada masyarakat. Kampanye public relations Digisign.id belum mengarahkan kepada segmentasi pemasaran atau penjualan.

Kata Kunci: Komunikasi, Kampanye, Tanda tangan digital, Edukasi

Name : Gracecia Pauletta Pasomba
NIM : 44217110129
Thesis Title : Strategi Kampanye Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik (E-Sign) Pt. Solusi Net Internusa Digisign.Id Di Media Sosial Instagram
Supervisor : Dwi Firmansyah, M.Ikom

ABSTRACT

Digital signatures have been included in state law which is the main basis contained in the Electronic Transaction Information (ITE) Law No. 11 of 2008, article 11, Digital Signatures provide valid identity guarantees, confidentiality guarantees, integrity guarantees, and non-denial guarantees for electronic documents and transactions.

The use of signatures is still common because it is doubtful of its validity and authenticity as well as the public is still worried that their signatures will be misused. Cooperation with official institutions is not enough but electronic signature products must receive recognition and legality from Kominfo. So there needs to be education to the public that authenticity and validity as well as privacy are guaranteed.

The purpose of this study was to determine how the Campaign Strategy for the Use of Electronic Signature Service Products (E-sign) PT. Solusi Net Internusa Digisign.ID on Instagram Social Media in educating the public about digital signatures.

The results of this study state that through Digisign.id's Instagram social media, it can be concluded that the campaign carried out by Digisign.id for now still revolves around campaigns that educate the public. The public relations campaign carried out by Digisign.id has not yet led to marketing or sales segmentation.

Keywords: *Communication, Campaign, Digital Signature, Education*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.4.3. Manfaat Sosial	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teoretis	20
2.2.1. Komunikasi	20
2.2.2. Konsep Strategi	21
2.2.3. <i>Public relations</i>	23
2.2.4. Digital PR	24
2.2.5. Tujuan dan sasaran kegiatan Digital PR	28
2.2.6. Kampanye Public Relation	30
2.2.7. Media Online	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Paradigma Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian	42

3.3.	Subyek Penelitian.....	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.	Teknik Analisis Data.....	45
1.	Reduksi data (reduksi data).....	45
2.	Penyajian data (data display)	46
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
1)	Triangulasi Sumber	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1	Sejarah Singkat DIGISIGN.ID (PT Solusi Net Internusa)	50
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Strategi Kampanye <i>Public Relations</i> Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik Digisign.id di Media Sosial Instagram	54
4.3	Pembahasan.....	72
4.3.1	Peran <i>Public Relations</i> dalam Pelaksanaan Kampanye Tanda Tangan Elektronik Digisign.id.id	73
4.3.2	Instagram sebagai Media Kampanye Public Relation Digisign.id	84
4.3.3	Strategi Kampanye <i>Public Relations</i> Penggunaan Produk Layanan Tanda Tangan Elektronik Digisign.id di Media Online	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1.	Kesimpulan	109
5.2.	Saran.....	110
5.2.1.	Saran Akademis	110
5.2.2.	Saran Praktis	111
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Populasi Penggunaan Digital di Indonesia Tahun 2019	2
Gambar 1.2. Survei Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 4.1. Logo Digisign.id	51
Gambar 4.2. Penggunaan Tanda Tangan Elektronik Digisign.id.....	51
Gambar 4.3. Sertifikat Digisign.id	52
Gambar 4.4. Penggunaan Internet Di Indonesia pada Awal 2021	78
Gambar 4.5. Konten Instagram Digisign.id “Why E-Sign?”	96
Gambar 4.6. Fitur Keamanan eKYC Digidign	100
Gambar 4.7. Legalitas Tanda Tangan Elektronik	101
Gambar 4.8. Kelebihan Tanda Tangan Elektronik.....	102
Gambar 4.9. Kampanye Digisign.id dalam Rangka GoGreen	105
Gambar 4. 11. Perbandingan Followers Tahun 2021 dan Tahun 2023.....	108