STRATEGI KAMPANYE DIGITAL PT. GLOBAL EDUKASI TALENTA INCUBATOR DALAM UPAYA MEMBANGUN KESADARAN PENTINGNYA SERTIFIKASI KOMPETENSI MELALUI INSTAGRAM @GETI.INCUBATOR.

Studi Deskriptif pada PT. Global Edukasi Talenta Incubator

SKRIPSI

Oleh :

Heri Firmansyah
202110415139

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KAMPANYE DIGITAL PT. GLOBAL EDUKASI TALENTA INCUBATOR DALAM UPAYA MEMBANGUN KESADARAN PENTINGNYA SERTIFIKASI KOMPETENSI MELALUI INSTAGRAM @GETI.INCUBATOR.

Studi Deskriptif pada PT. Global Edukasi Talenta Incubator

SKRIPSI

Oleh :

Heri Firmansyah
202110415139

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Strategi Kampanye Digital PT Global Edukasi Talenta Inkubator Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi Melalui Instagram @Geti.Incubator.
Nama Mahasiswa	:	Heri Firmansyah
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415139
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0322038901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Kampanye Digital PT. Global Edukasi Talenta Inkubator Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi Melalui Instagram @Geti.Incubator.
Nama Mahasiswa	: Heri Firmansyah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415139
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 04 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari ST, S.IP, M.IR .....
NIDN. 0312077903

Penguji : Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom .....
NIDN. 0322038901

Sekretaris Penguji : Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr. Par .....
NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Strategi Kampanye Digital PT. Global Edukasi Talenta Inkubator Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi Melalui Instagram @Geti.Incubator ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Heri Firmansyah

202110415139

ABSTRAK

Heri Firmansyah, 202110415139. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi kampanye digital yang dilakukan oleh PT. Global Edukasi Talenta Inkubator melalui Instagram (@geti.incubator) dalam tujuan membangun kesadaran akan pentingnya sertifikasi kompetensi. Fokus penelitian ini mencakup kampanye digital serta strategi kampanye digital agar kampanye berjalan efektif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini, peneliti mempunya tiga orang informan yang dapat membantu untuk menjawab persoalan yang ada. Kemudiak data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran menyeluruh terkait kampanye digital yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital yang diterapkan mencakup bentuk kampanye digitalnya yang di proses menjadi sebuah video, poster, *caraousel.* Didukung dengan menggunakan strategi kampanye digital yang diterapkan mencakup perencanaan dan proses, identifikasi target audiens, pemilihan platform, kampanye kreatif dan relevan serta evaluasi berkala dalam menjalankan kampanye digital sertifikasi kompetensi.

Meskipun kampanye digital berbasis media sosial efektif dalam membangun pemahaman masyarakat, masih terdapat tantangan dalam menjangkau audiens lebih luas serta meningkatkan partisipasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk mengoptimalkan kampanye digital guna membangun kesadaran publik yang lebih luas mengenai pentingnya sertifikasi kompetensi.

Kata kunci: Sertifikasi Kompetensi, Kampanye Digital, Instagram, Kesadaran Masyarakat, Media Sosial.

ABSTRACT

***Heri Firmansyah**, 202110415139. This research aims to understand the digital campaign strategy implemented by PT. Global Edukasi Talenta Inkubator through Instagram (@geti.incubator) to raise awareness about the importance of competency certification. The focus of this study includes the planning and process of the digital campaign as well as strategic planning to ensure the campaign runs effectively.*

This study employs a qualitative descriptive method, utilizing observation, interviews, and documentation as data collection techniques. The researcher engaged three informants to help address the research problem. The collected data was then analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques to obtain a comprehensive understanding of the digital campaign. The findings indicate that the digital campaign strategy includes planning and process, target audience identification, platform selection, and creative and relevant campaigns. Additionally, the digital campaign strategy is supported by the use of Instagram, Instagram features, and Google Ads, which are expected to reach a broader audience in promoting the competency certification digital campaign.

Although social media-based digital campaigns are effective in increasing public understanding, challenges remain in reaching a broader audience and enhancing participation. Therefore, strategies to optimize digital campaigns are necessary to build greater public awareness regarding the importance of competency certification.

***Keywords:** Competency Certification, Digital Campaign, Instagram, Public Awareness, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan Rahmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bantuan berbagai pihak maka skripsi ini selesai pada waktunya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan rahmat dan karunia serta kesehatan yang berlimpah kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, bapak dan mamah yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis yang tidak bosan-bosannya memberikan banyak nasehat dan senantiasa ditunjukan kepada penulis sebagai wujud rasa cintanya yang tulus sehingga penulis bisa ada di titik ini. Pada kesempatan ini juga, penulis menghaturkan terima kasih dan penghargaan pada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn), Prof, Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.H., Ph.D.D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Sarjana Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah membimbing dengan sepenuh hati dan memberikan motivasi serta evaluasi, kritik, dan saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, karena itu peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada beliau karena sudah menjadi pembimbing yang sangat baik dan dengan penuh kesabaran membimbing peneliti selama proses skripsi ini.

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

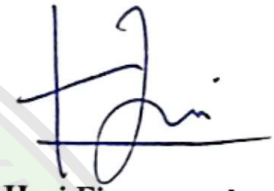
5. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari ST, S.IP, M.IR dan Bapak Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr. Par selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, ilmu dan diskusi untuk membantu peneliti menyempurnakan skripsi ini.
6. Kepada seorang perempuan yang tidak dapat penulis sebutkan, seseorang yang hingga saat ini masih menjalin hubungan dan menjadi bagian dari perjalanan cinta penulis. Terimakasih untuk dedikasimu dalam menemani, memotivasi, dukungan dan memberikan masukan-masukan yang luar biasa sehingga diselesaikannya penelitian ini.
7. Kepada Informan PT.Global Edukasi Talenta Inkubator yang telah meluangkan waktunya untuk dimintai keterangan dalam penelitian ini dan selalu memotivasi agar segera diselesaikan skripsi ini sehingga dapat bergabung kedalam jajaran perusahaan.
8. Teman-teman seperbimbingan peneliti yang selalu berjuang Bersama dan selalu memotivasi untuk disegeraselesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman dalam *group* Whatsapp Safari Regal yang telah memberikan berbagai inspirasi dan motivasi dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11 Terakhir, terimakasih kepada laki-laki sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti oleh isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu saya sendiri, Heri Firmansyah. Anak laki-laki berasal dari seorang pedagang sayur mayur yang saat ini menginjak usia 23 tahun, dengan segala pengorbananmu dalam menempuh jenjang yang lebih tinggi hal apapun akan dilakukan untuk dirinya sendiri walaupun itu pahit. Terimakasih sudah berupaya dalam hal apapun yang membuatmu lebih dewasa dan bijaksana. Semoga perjalananmu terus dipenuhi dengan keberhasilan dan kebahagiaan.

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Dengan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga masukan-masukan dari pembaca sangat bermanfaat demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembangunan, khususnya pengembangan ilmu di bidang Komunikasi.

Jakarta, 14 Februari 2025

Penulis,



Heri Firmansyah

202110415139

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR BAGAN ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 14
1.3 Pertanyaan Penelitian 14
1.4 Tujuan Penelitian 15
1.5 Manfaat Penelitian 15
1.5.1 Manfaat Teoritis 15
1.5.2 Manfaat Praktis 15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **17**
2.1 Penelitian Terdahulu 17
2.2 Tinjauan Konseptual 20
2.2.1 Komunikasi Digital 20
2.2.2 Kampanye Digital 21
2.2.3 Strategi Kampanye Digital 22
2.2.4 Media Sosial 27
2.2.5 Instagram 29

2.3 Kerangka Berfikir 30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 31
3.1 Pendekatan Penelitian 31
3.2 Desain Penelitian 31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 32
3.3.1 Subjek Penelitian 32
3.3.2 Objek Penelitian 35
3.4 Teknik Pengumpulan Data 35
3.4.1 Observasi 36
3.4.2 Wawancara 37
3.4.3 Dokumentasi 37
3.5 Teknik Analisis Data 38
3.6 Keabsahan Data 40
3.6.1 Triangulasi Sumber 40
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 40
3.7.1 Tempat Penelitian 40
3.7.2 Waktu Penelitian 40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 42
4.1 Hasil Penelitian 42
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian 43
4.1.2 Kampanye Digital Sertifikasi Kompetensi 46
4.1.3 Strategi Kampanye Digital Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terkait Pentingnya Sertifikasi Kompetensi. 62
4.1.4 Membangun Kesadaran Terkait Pentingnya Sertifikasi Kompetensi. 89
4.2 Pembahasan 97
4.2.1 Kampanye Digital Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi. 98
4.2.2 Strategi Kampanye Digital Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi 101
4.2.3 Keterkaitan Dengan Penelitian Terdahulu 105

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

BAB V KESIMPULAN 108
5.1 Kesimpulan 108
5.2 Saran 108
5.2.1 Saran Akademis 108
5.2.2 Saran Praktis 108
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kampanye Digital Sertifikasi Kompetensi 4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 17
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 41
Tabel 4. 1 Penggunaan Hastag #DimulaiDariKamu 54
Tabel 4. 2 Hasil Temuan Kampanye Digital 56
Tabel 4. 3 Temuan Penelitian Proses Perencanaan Kampanye Digital 71
Tabel 4. 4 Hasil Temuan Wawancara Terkait Sertifikasi Kompetensi 95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Sertifikasi di Indonesia 2
Gambar 1. 2 Grafik perbandingan sertifikasi di indonesia 3
Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial by We Are Social 9
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Global Edukasi Talenta Inkubator 44
Gambar 4. 2 Bentuk- Bentuk Kampanye 48
Gambar 4. 3 Isi Kampanye Digital Sertifikasi Kompetensi 50
Gambar 4. 4 Penggunaan Warna Sebagai Identitas Branding 53
Gambar 4. 5 Senior Manager Creative Briefing penentuan target audiens 79
Gambar 4. 6 Platform yang digunakan Geti Incubator 81
Gambar 4. 7 Alat yang digunakan Shooting Kampanye 83
Gambar 4. 8 Evaluasi Kampanye yang dilakukan 89
Gambar 4. 9 Jenis - Jenis Sertifikasi Kompetensi Geti Incubator 94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berifikir 30
Bagan 3. 1 Informan Penelitian 32
Bagan 4. 1 Perencanaan Kampanye Digital 62
Bagan 4. 2 Bagan Perbedanaan Kampanye Digital dan Strategi Kampanye Digital 97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Tabel Hasil Observasi

Lampiran 3 : Tabel Dokumentasi Observasi

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5 : Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 6 : Pedoman Wawancara Informan

Lampiran 7 : Transkrip Wawancara Informan

Lampiran 8 : Hasil Reduksi Data

Lampiran 9 : Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 10: Form Perbaikan Skripsi

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025