

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA
RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN
GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

MHD. RENDI AKBAR LUBIS
1903110042

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : MHD. RENDI AKBAR LUBIS
NPM : 1903110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Rabu, 2 Juli 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III: Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : MHD. RENDI AKBAR LUBIS
NPM : 1903110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN**

Medan, 13 Februari 2025

Pembimbing

Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0112118802

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc., Prof., Dr., ARIPIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **MHD RENDI AKBAR LUBIS**, NPM 1903110042, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



MHD. RENDI AKBAR LUBIS

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabiil ‘segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang tak henti-hentinya memberikan nikmat serta kekuatan yang tak terhingga kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan. Salawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa yang harus diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis yaitu Ibunda tercinta Icha Chandrawati dan Ayahanda Syahrin Nauli Lubis atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang begitu besarnya. Penulis selamanya akan bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orang tua penulis. Ibu dan Ayah penulis telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Maka dari itu penulis berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Penulis berjanji melakukan yang terbaik untuk semua kepercayaan yang diberikan. Terima kasih

telah menjadi orang tua yang sempurna bagi penulis dan memberikan makna kehidupan yang terdapat banyak sekali perjalanan dan pelajaran di dalamnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Shaleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan.

Medan, Februari 2025

Penulis,

MHD. RENDI AKBAR LUBIS

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM
MEMPROMOSIKAN JAMINAN *GUARANTEE LETTER* DI KOTA MEDAN**

MHD. RENDI AKBAR LUBIS
1903110042

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh bagaimana bentuk pemanfaatan media digital Jasa Raharja dalam mempromosikan jaminan *Guarantee Letter* Di Kota Medan, selain itu masalah yang dijumpai pada masyarakat adalah masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui cara penggunaan situs pendaftaran *guarantee letter* dan masih ada beberapa masyarakat yang takut data-data pribadi dan kendaraannya bocor sehingga disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk pemanfaatan media digital Jasa Raharja dalam mempromosikan jaminan *Guarantee Letter* Di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan, maka hasil dari penelitian ini adalah komunikasi yang digunakan Jasa Raharja juga dapat dipahami sebagai mekanisme pengalihan informasi ataupun pesan dari kepada masyarakat melalui sarana digital dan perencanaan promosi yang dilakukan Jasaraharja di lapangan sesuai dengan kebutuhan utama dari strategi promosi tersebut, yaitu untuk meningkatkan brand jaminan *Guarantee Letter* dan juga untuk menarik minat calon nasabah.

Kata Kunci: Komunikasi, Media Digital, *Jasa Raharja*,, *Guarantee Letter*.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Praktis.....	5
1.4.2. Manfaat Akademis.....	6
1.4.3. Manfaat Teoritis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
URAIAN TEORITIS.....	8
2.1. Pemanfaatan.....	8
2.2. Media Digital.....	9
2.3. Promosi.....	10
2.4. Guarantee Letter.....	12
2.5. Jasa Raharja.....	14
BAB III.....	16
METODE PENELITIAN.....	16
3.1. Jenis Penelitian.....	16
3.2. Kerangka Konsep.....	16
3.3. Definisi Konsep.....	17
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	18
3.5. Informan dan Narasumber.....	19

3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.7. Teknik Analisis Data.....	21
3.7.1. Analisi Di Lapangan.....	21
3.7.2. Reduksi Data.....	21
3.7.3. Penyajian Data.....	22
3.7.4. Penarikan Kesimpulan.....	22
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	23
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1. Hasil Penelitian.....	24
4.2. Observasi.....	26
4.3. Hasil Wawancara.....	27
4.3.1. Pemanfaatan Media Digital.....	27
4.3.2. Promosi Jaminan.....	31
4.4. Pembahasan Hasil Wawancara.....	36
4.4.1. Profil Informan.....	39
BAB V.....	40
PENUTUP.....	40
5.1. Simpulan.....	40
5.2. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.. ..	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4. Kategorisasi Penelitian.....	18
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Kerangka Konsep.....	17
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, membawa transformasi mendalam dalam cara kita berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan dunia sekitar. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memicu lahirnya era digital, di mana media digital menjadi tulang punggung perubahan sosial, budaya, dan ekonomi. Melalui platform-platform seperti internet, aplikasi, dan perangkat elektronik canggih, media digital memberikan pengalaman berkomunikasi yang lebih dinamis, cepat, dan terhubung.

Keadaan ekonomi yang buruk, membuat masyarakat merasa adanya suatu kebutuhan jaminan sosial yang lebih besar dan lebih terjamin. Selanjutnya di berbagai negara atas dasar memberikan jaminan sosial itulah, mulai dikembangkan pola asuransi sosial, yang pada dasarnya memberikan perlindungan kepada masyarakat luas, terhadap semua kemungkinan kerugian yang diderita diluar kemampuan orang-orang pribadi.

Penyelenggaraan asuransi sosial biasanya merupakan suatu organisasi dibawah wewenang dan pengawasan negara. Jadi dalam hal ini negara berkedudukan sebagai penanggung sekaligus sebagai penguasa dan pengelola dana. Dengan demikian fungsi sosial dari asuransi sosial nampak jelas, yaitu disatu pihak asuransi ini menuju ke satu sistem jaminan sosial ialah untuk kesejahteraan masyarakat dan di lain pihak dana yang terkumpul dan

yang dikuasai negara itu akan kembali lagi kepada masyarakat. Tujuan asuransi sosial itu terutama untuk menjamin terlindunginya kebutuhan akan jaminan sosial bagi masyarakat luas. Oleh karena itu yang menjadi atau berposisi sebagai tertanggung tentu saja masyarakat luas atau anggota golongan masyarakat luas.

PT. Jasa Raharja memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat melalui 2 (dua) program asuransi sosial, yang pertama yaitu asuransi kecelakaan penumpang alat angkutan umum yang dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 1964 Jo PP No. 17 Tahun 1965 tentang Dana Pertanggungan Wajib Kecelakaan Penumpang menjelaskan korban yang berhak atas santunan adalah setiap penumpang sah dari alat angkutan umum yang mengalami kecelakaan diri, yang diakibatkan oleh penggunaan alat angkutan umum baik angkutan umum darat, laut, udara, danau, sungai dan penyebrangan berdasarkan UU No. 33 Tahun 1964 Jo PP No. 17 Tahun 1965. Kedua yaitu asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga yang dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang No. 34 Tahun 1964 Jo PP No. 18 Tahun 1965 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan menjelaskan bahwa korban yang berhak atas santunan adalah setiap orang yang berada di luar kendaraan penyebab (pejalan kaki, pengendara motor atau mobil pribadi yang ditabrak, pengendara sepeda, penyebrang jalan) yang menjadi korban atau pihak ketiga akibat kecelakaan dari penggunaan alat angkutan lalu lintas pribadi.

Program pelaksanaan dua asuransi sosial tersebut, pada saat seseorang mengalami kasus kecelakaan baik tabrakan antara dua kendaraan atau kecelakaan tunggal alat angkutan umum, dengan adanya laporan polisi yang telah di

terbitkan, 3 PT. Jasa Raharja akan langsung mengambil alih kewajibannya sebagai penjamin pertama atau costpayer dan menerbitkan surat jaminan (guarantee letter) sehingga korban bisa langsung ditangani oleh pihak rumah sakit walaupun korban merupakan peserta BPJS Kesehatan.

Promosi melalui media digital tidak hanya mengacu pada penggunaan internet sebagai saluran promosi, tetapi juga melibatkan beragam platform seperti media sosial, mesin pencari, iklan daring, email, dan aplikasi mobile. Kelebihan utama dari pendekatan ini adalah kemampuan untuk menjangkau audiens dengan cepat dan tepat sasaran, mengoptimalkan interaktivitas, dan memberikan data yang dapat diukur untuk memahami kinerja kampanye secara lebih mendalam.

Keberhasilan promosi melalui media digital tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kreativitas, strategi pemasaran yang baik, dan pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen digital. Dalam konteks ini, pelaku bisnis dapat menggambarkan identitas merek, membangun keterlibatan konsumen, dan membangun hubungan yang berkelanjutan melalui berbagai saluran digital yang tersedia.

Keunggulan media digital dalam hal kemampuan menyajikan informasi secara visual, berita real-time, dan interaktivitas memberikan dimensi baru dalam promosi guarantee letter jasa raharja. Dengan pendekatan kreatif dan strategis, penyampaian pesan melalui konten multimedia, kampanye daring, dan interaksi langsung dapat menciptakan pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat dan keunggulan asuransi jasa raharja dengan menggunakan guarantee letter.

Jasa Raharja sebagai perusahaan asuransi sosial yang mengedepankan pelayanan pada masyarakat, terutama mereka yang menjadi korban kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum. Jasa Raharja terus melakukan transformasi digital proses layanan untuk kemudahan, kecepatan dan memaksimalkan pelayanan terbaiknya salah satunya adalah mempromosikan guarantee letter ke dalam bentuk media digital seperti situs web yang dapat diakses melalui website Jasa Raharja. Dalam pemberian guarantee letter bagi korban kecelakaan lalulintas, PT. Jasa Raharja bekerja sama dengan berbagai pihak Rumah Sakit sebagai penerima atau pemohon santunan untuk para korban kecelakaan lalu lintas melalui surat perjanjian kerja sama (memorandum of understanding) antara PT. Jasa Raharja dengan Pihak Rumah Sakit tentang penanganan dan penyelesaian santunan korban kecelakaan penumpang angkutan umum dan lalu lintas jalan secara terpadu. Guarantee Letter adalah surat jaminan dari Jasa Raharja kepada Rumah Sakit untuk biaya perawatan yang menjamin sampai maksimal biaya Rp 10 juta. Sehingga korban tidak perlu mengeluarkan dana.

Pengamatan awal dari informasi yang didapatkan oleh penulis bahwa masih adanya masyarakat yang mampu membeli HP android yang merupakan salah satu komponen utama dalam menggunakan form pengajuan guarantee letter akan tetapi masyarakat belum mengetahui situs tempat pendaftarannya secara online, selain itu masalah yang dijumpai pada masyarakat adalah masih ada beberapa masyarakat yang belum mengetahui cara penggunaan situs pendaftaran guarantee letter dan masih ada beberapa masyarakat yang takut data-data pribadi

dan kendaraannya bocor sehingga disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh sebab itu Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis ingin melakukan penelitian untuk membahas lebih jauh dan detail mengenai hal tersebut dengan mengangkat judul: Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Praktis.

Secara praktis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pesan kepada berbagai pihak, khususnya terhadap khalayak ramai dalam menambah wawasan tentang bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa

Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan.

1.4.2. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pengetahuan kepada pembaca, khususnya terhadap mahasiswa jurusan komunikasi 6 dalam menambah wawasan tentang bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan.

1.4.3. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini di harapkan dapat memperluas pengetahuan dan memperdalam pemahaman mengenai salah satu bidang kajian ilmu komunikasi yaitu tentang Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini menjelaskan tentang pemanfaatan media digital, jaminan sosial, jasa raharja.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, penulisan menguraikan tentang metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menguraikan analisis data yang diperoleh dari penelitian dan pembahasan yang telah diteliti.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Pemanfaatan

Kata pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna, faedah. Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer disebutkan bahwa pemanfaatan memiliki makna “ proses, cara atau perbuatan yang bermanfaat.

Menurut Poerwadarminto pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan *pe-an* yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan. Jadi Pemanfaatan merupakan proses atau cara perbuatan yang dapat bermanfaat (Novianti & Riyanto, 2018).

Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna (Juliansyah, 2021).

Menurut (Faustyna et al., 2021) mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan, yakni:

- 1) Adanya oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media massa.
- 2) Adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

2.2. Media Digital

Hadirnya teknologi mengubah cara pandang manusia dalam melakukan aktivitasnya, teknologi telah mempromosikan bagaimana manusia dapat lebih aktif dan partisipasi dalam mengonsepsi kehidupan modern (Terttiaavini & Saputra, 2022). Teknologi telah berhasil menciptakan perubahan pada masyarakat di saat manusia membutuhkan pendekatan dan praktik yang lebih baru menghadapi tantangan globalisasi (Halimin, 2020).

Media digital merupakan berbagai macam bentuk peralatan dan aplikasi teknologi dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media dan alat komunikasi (Faustyna et al., 2021). Perkembangan website dengan fungsi sosial berimbas pada terjadinya komunikasi, interaksi, dan kolaborasi dalam dunia digital. Komputer, smartphone, website, blog, aplikasi jejaring sosial, surat kabar dan majalah online, serta berbagai peralatan dan aplikasi lain dengan dukungan internet untuk komunikasi, interaksi, dan kolaborasi menjadi bentuk media digital. Surat kabar online (seperti: kompas.com, koran.tempo.co, republika.co.id, tribunnews.com), jejaring sosial (seperti: facebook, twitter, instagram), Aplikasi mengirim dan bertukar pesan (seperti: Whatsapp, Facebook Messenger, Line, Telegram), dan website berbagi video (seperti: Youtube, tiktok) merupakan bagian dari media sosial dalam bentuk digital yang populer di masyarakat sekarang ini.

Media digital didefinisikan sebagai keterampilan, pengetahuan, serta pemahaman yang memungkinkan praktik kritis, kreatif, dan aman. Sehingga

manusia dihadapkan dengan teknologi digital, pada setiap aspek kehidupan tidak melakukan hal yang tidak diinginkan ketika melakukan akses terhadap digitalisasi tersebut dan memanfaatkan digitalisasi tersebut dengan sebaik – baiknya (SARI, 2019). Dengan kata lain, media dalam teknologi digital merupakan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat dalam bekerja dan belajar sesuai dengan kebutuhan.

Dalam era digital sekarang ini, perkembangan media digital dan teknologi informasi memberikan kemudahan penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan (Fatmawati & Sholikin, 2019). Lembaga, perusahaan, organisasi dan masyarakat menggunakan media digital bukan semata-mata untuk sekedar eksis tetapi memperoleh berbagai macam informasi terbaru yang terjadi di sekitar kita atau seluruh dunia bagi sebagian lembaga atau perusahaan besar menggunakan media digital bisa menjadi ajak pertunjukan keunggulan dan membuat ketertarikan masyarakat untuk mencari tau, dan menjadi salah satu media untuk membentuk branding dan melakukan promosi .

2.3. Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang didalamnya terdapat proses menginformasikan dan membujuk orang untuk menerima produk yang kita tawarkan. Kegiatan ini sama pentingnya dengan kegiatan baik dalam hal harga, lokasi dan produk. Kegiatan promosi tidak bisa berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan

dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen menjadi senang dan kemudian membeli produknya (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017).

Strategi promosi juga disebut sebagai bauran komunikasi pemasaran perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan dalam mengkomunikasikan nilai pada pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggan. Di dalam promosi terdapat komunikasi yang harus dibangun oleh pihak produsen kepada para konsumennya. Sebab dengan membangun komunikasi yang jelas dan baik, akan memberikan pengaruh yang positif antara kedua belah pihak dalam rangka membangun saling kepercayaan tanpa ada rasa curiga satu yang lainnya (Simanullang, 2019).

Tujuan promosi dalam praktek promosi dapat dilakukan dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:

- 1) Modifikasi Tingkah Laku

Beberapa alasan orang-orang melakukan komunikasi diantaranya adalah mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan, mengemukakan idea atau pendapat, sedangkan promosi berusaha merubah tingkah laku dan pendapat. Penjual selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang atau jasa perusahaan.

- 2) Memberitahu Kegiatan

Promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya

lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk. Sebagian orang tidak akan membeli barang atau jasa sebelum mereka mengetahui barang tersebut dan ada manfaatnya.

3) Promosi Bersifat Membujuk

membujuk (persuasive) kurang disenangi oleh masyarakat. Namun justru pada kenyataannya sekarang ini yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasive promosi ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian.

4) Promosi Bersifat Mengingat

Masyarakat cenderung lebih tertarik untuk mempertahankan merk produk dalam bentuk promosi ini dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan siklus kehidupan produk. Ini berarti pola perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada (Filayly & Ruliana, 2022).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari strategi promosi adalah untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada pembeli. Oleh sebab itu, promosi yang dilakukan oleh para perusahaan dan lembaga yang dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkah pengetahuan dan sikap pembeli.

2.4. Guarantee Letter

Guarantee Letter, atau Surat Jaminan, adalah dokumen tertulis yang dikeluarkan oleh satu pihak (biasanya bank atau lembaga keuangan) untuk menjamin bahwa pihak kedua akan memenuhi kewajibannya atau memenuhi persyaratan tertentu. Surat jaminan ini berfungsi sebagai bukti tertulis yang menegaskan ketersediaan dana atau kemampuan untuk memenuhi kewajiban finansial atau komitmen lainnya. Guarantee Letter umumnya digunakan dalam berbagai konteks, termasuk dalam transaksi bisnis, kontrak, atau proses pendaftaran. Dokumen ini menciptakan tingkat kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kesepakatan.

Guarantee letter adalah dokumen yang penting dalam dunia bisnis dan proyek-proyek besar. Dengan adanya guarantee letter, pihak yang menerima jaminan dapat merasa lebih tenang dan aman, karena memiliki bukti tertulis bahwa pihak yang memberikan jaminan akan memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu, bagi perusahaan atau pihak ketiga yang membutuhkan jaminan pembayaran atau kewajiban tertentu, sebaiknya membuat dan mengeluarkan guarantee letter dengan benar dan sesuai dengan persyaratan yang diminta.

Menurut (Simanullang, 2019) ada beberapa jenis guarantee letter yang dapat dikeluarkan, antara lain:

- *Bank Guarantee*

Bank guarantee adalah surat jaminan yang dikeluarkan oleh bank untuk memastikan kewajiban pembayaran yang dijamin oleh pihak ketiga.

Bank guarantee sering kali digunakan untuk memastikan pembayaran

12 atau kewajiban kontraktual yang berhubungan dengan proyek pembangunan atau investasi.

- *Performance Guarantee*

Performance guarantee adalah surat jaminan yang dikeluarkan oleh pihak ketiga untuk memastikan bahwa kontraktor atau pelaksana proyek akan menyelesaikan proyek sesuai dengan persyaratan dan spesifikasi yang telah ditetapkan dalam kontrak.

- *Payment Guarantee*

Payment guarantee adalah surat jaminan yang dikeluarkan oleh pihak ketiga untuk memastikan pembayaran atas produk atau jasa yang telah diproduksi atau diberikan.

- *Advance Payment Guarantee*

Advance payment guarantee adalah surat jaminan yang dikeluarkan oleh pihak ketiga untuk memastikan pengembalian dana yang diberikan oleh pihak pertama sebagai pembayaran di muka atas produk atau jasa yang akan diberikan.

2.5. Jasa Raharja

PT Jasa Raharja adalah perusahaan asuransi yang secara profesional menyediakan diri untuk mengambil alih dan menerima risiko pihak-pihak lain. Dengan pembayaran tertentu, risiko yang menjadi tanggung jawabnya itu

kemudian dikelola sedemikian rupa dalam suatu rangkaian kegiatan yang berlanjutan, sebagai kegiatan perusahaan.

Fungsi utama PT. Jasa Raharja adalah dengan pemupukan dana-dana yang cara pemupukannya dilakukan dengan mengadakan Iuran dan sumbangan wajib tersebut adalah untuk siapa aja, sedang hasil pemupukannya akan dilimpahkan juga kepada perlindungan jaminan rakyat banyak. Oleh karena itu jaminan sosial rakyatlah yang dalam pada itu menjadi pokok tujuan yang utama.

Dalam pemberian jaminan klaim asuransi bagi korban kecelakaan lalu lintas, PT. Jasa Raharja bekerja sama dengan berbagai pihak Rumah Sakit sebagai penerima atau pemohon santunan untuk para korban kecelakaan lalu lintas melalui surat perjanjian kerja sama (memorandum of understanding) antara PT. Jasa Raharja dengan Pihak Rumah Sakit tentang penanganan dan penyelesaian santunan korban kecelakaan penumpang angkutan umum dan lalu lintas jalan secara terpadu. Melalui perjanjian kerja sama tersebut pihak Rumah Sakit akan memberikan penanganan dan perawatan bagi setiap korban kecelakaan yang ditanggung atau di biayai oleh PT. Jasa Raharja.

Pemberian santunan diberikan kepada korban luka-luka dan cacat tetap ataupun korban meninggal dunia yang sempat dilarikan ke rumah sakit sebelum meninggalnya korban akibat kecelakaan lalu lintas tersebut. Dengan adanya adanya memorandum of understanding yang dilakukan antara PT. Jasa Raharja dan rumah sakit tersebut penanganan korban kecelakaan lalu lintas akan lebih cepat ditangani oleh pihak rumah sakit setelah adanya laporan kecelakaan dari

pihak kepolisian sehingga keluarga korban tidak perlu khawatir lagi mengenai penanganan dan biaya rumah sakit korban.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Menurut Creswell penelitian kualitatif ialah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dan manusia dengan menciptakan paparan menyeluruh dan kompleks yang disajikan menggunakan kata-kata, melaporkan pandangan dengan terperinci yang diperoleh dari suatu sumber informasi, serta dilaksanakan dalam latar yang alamiah (Darmalaksana, 2020).

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif didasari oleh filsafat postpositivisme, karena hal ini berguna untuk mempelajari sebuah objek yang bersifat alamiah, penelitian berperan sebagai instrument kunci, pengambilan sampel, sumber data yang dilaksanakan dengan purposive sampling, analisis data yang bersifat kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih intens terhadap makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013).

3.2. Kerangka Konsep

Notoarjo menyatakan bahwa kerangka konsep penelitian ialah suatu uraian serta visualisasi hubungan atau keterkaitan antara satu konsep dengan konsep yang lainnya, atau antara satu variable dengan variable yang lain dari masalah yang akan diteliti (Fadli, 2021).

Adapun kerangka konsep penelitian yang dapat dijelaskan yaitu, pemanfaatan media digital Jasa Raharja dalam mempromosikan jaminan Guarantee Letter di Kota Medan, maka konsep penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut:



Sumber: Data Olahan, 2025

3.3. Defenisi Konsep

Menurut Singarimbun defenisi dari konsep ialah konsep sebagai istilah atau defenisi yang berguna untuk mendeskripsikan secara abstrak suatu peristiwa atau kejadian, keadaan, individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Prayoga & Arif, 2021). Melalui sebuah konsep, peneliti diharapkan mampu menyederhanakan pemikirannya melalui satu istilah untuk beberapa kejadian (events) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Istilah ini dipergunakan untuk mewakili sebuah realitas yang kompleks.

Adapun defenisi konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) PT Jasa Raharja adalah perusahaan asuransi yang secara profesional menyediakan diri untuk mengambil alih dan menerimarisiko pihak-pihak lain.

- 2) Media digital adalah peralatan perangkat keras (hardware) dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang selalu memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling tukar menukar informasi dengan individu – individu lainnya.
- 3) Promosi adalah promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat sehingga tertarik untuk menggunakan layanan Jasa Raharja Guarantee Letter.
- 4) Guarantee Letter adalah surat jaminan dari Jasa Raharja kepada Rumah Sakit untuk biaya perawatan yang menjamin sampai maksimal biaya Rp 10 juta, sehingga korban tidak perlu mengeluarkan dana.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian

konsep Penelitian	kategorisasi
1. Pemanfaatan Media Digital	- Website - Jejaring Sosial - Hubungan Masyarakat Online - Periklanan
2. Promosi Jaminan Guarante Letter	- Promosi Bersifat Membujuk - Promosi Bersifat Mengingatkan - Modifikasi Tingkah Laku - Memberitahu Kegiatan

-
- Jangkauan (*Reach*)
 - Keterlibatan (*Engagement*)
 - Retensi Pengguna (*User Retention*)

Sumber: Data Olahan, 2025

3.5. Informan dan Narasumber

Narasumber adalah peranan dari seorang narasumber atau seorang informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang memiliki nilai dalam menguasai persoalan yang ingin diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup (Sugiyono, 2013). Pemanfaatan narasumber bagi peneliti ialah untuk memperoleh informasi dengan waktu yang relative singkat namun hasil informasi yang diperoleh lebih mendalam. Teknik penentuan subjek penelitian sebagai narasumber pada penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan teknik purpose sampling yang menentukan informan atau narasumber berdasarkan penilaian peneliti bahwa informan atau narasumber adalah pihak yang berkualitas untuk dijadikan sampel.

Subjek penelitian yang dimaksud yaitu narasumber. Tahap pertama ditarik sebagai narasumber kunci yaitu seseorang yang menguasai dan mengetahui tentang situasi dan kondisi penelitian, pada penelitian ini peneliti mengambil narasumber 2 pegawai Jasa Raharja Kota Medan dan 3 warga yang menggunakan asuransi Jasa Raharja di Kota Medan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan beberapa teknik pengumpulan data antara lain seperti wawancara, wawancara yaitu teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Lalu wawancara mendalam dilakukan guna menambah data yang diperlukan melalui tanya jawab seputar topik yang terkait dalam permasalahan ini. Kemudian teknik kedua ialah dengan cara observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki di lapangan. Teknik lainnya adalah dengan dokumentasi tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data, teknik ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi.

1. Observasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik ini ialah cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi di lapangan dan digunakan untuk mengamati secara langsung kegiatan- kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk melihat secara langsung fenomena tersebut.
2. Wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek). Wawancara dalam riset kualitatif, dapat juga disebut sebagai wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara intensif (intensive interview) dan kebanyakan tidak berstruktur. Wawancara dalam riset kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.

3. Dokumentasi merupakan sebuah rekaman kejadian yang ditulis atau dicetak, dokumen dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, foto, dan dokumen-dokumen lainnya. Dalam teknik pengumpulan data interaktif, peneliti dapat menemukan dokumen dari partisipan yang menawarkan untuk memberi rekaman pribadi kepada peneliti.

3.7. Teknik Analisis Data

Pada umumnya, ciri-ciri penelitian kualitatif menggunakan analisis data secara induktif dimana, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk dibuat kesimpulan agar mudah dipahami..

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dimulai dengan memahami hasil penelitian wawancara yang dilakukan melalui informan. Setelah data sudah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan analisis.

Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Adlini et al., 2022). Adapun teknik analisis data yang penulis ambil yaitu:

1.7.1. Analisis Lapangan.

Selama penelitian pengumpulan data masih berlangsung, peneliti melakukan analisis data dengan cara mencari, mencatat dan menafsirkan isi data.

1.7.2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

1.7.3. Penyajian Data

Penyajian data adalah mendisplay data, yang mana dalam penyajian tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah. Display data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

1.7.4. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles (2007), penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dimulai dengan mencari arti benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hal yang belum ada sebelumnya. Temuan dapat berupa gambaran objek, yang

awalnya tidak jelas menjadi jelas, berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Pada penelitian ini, kesimpulan awal yang di kemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ada di Jl. Iskandar Muda, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222 Untuk Waktu Penelitian akan dilaksanakan saat selesai seminar proposal yakni di November 2024 sampai dengan selesai.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan. Yang dimana, informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah 2 orang pegawai Jasa Raharja Kota Medan dan 3 masyarakat yang ada di Kota Medan, sehingga peneliti dapat mengetahui dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Bab ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang telah diperoleh melalui hasil penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Disini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung tentang bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan. Oleh sebab itu, peneliti dituntut untuk meneliti dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan oleh sumber data. Penelitian deskriptif kualitatif bukan sebagaimana apa yang dipikirkan oleh penulis, tetapi berdasarkan suatu realita yang terjadi di lapangan, yang dialami, dan dipikirkan informan. Sehingga penelitian tersebut menjadi sesuatu yang pasti.

Dengan demikian, permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada 01-28 Februari 2025

Observasi yang dilakukan pada tanggal 12 Januari 2024 diketahui bahwa pemanfaatan media digital Jasa Raharja dalam mempromosikan jaminan guarantee letter di Kota Medan berjalan dengan lancar dan diterima dengan baik oleh setiap masyarakat di Kota Medan. Jasa Raharja Kota Medan memberikan

program-program yang dimana program tersebut dapat mempromosikan jaminan guarantee letter kepada masyarakat Kota Medan. Didalam mempromosikan suatu jaminan, Jasa Raharja Kota Medan juga menggunakan media sosial sebagai alat yang utama untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan mensosialisasikan dan juga menyampaikan informasi mengenai program santunan kecelakaan yang terjadi di Kota Medan yang dimana nantinya partisipasi aktif dari masyarakat dalam konten yang disampaikan menjadi salah satu ukuran keberhasilan pengelolaan konten media sosial ini. Jasa Raharja Kota Medan mendorong masyarakat untuk berbagi pengalaman, testimoni, atau informasi penting lainnya yang dapat memberikan inspirasi atau edukasi kepada pengguna lainnya.

Informan dalam penelitian ini adalah 2 orang yang bekerja di ruang lingkup Jasa Raharja Kota Medan yang memiliki jabatan dan fungsi yang berbeda-beda, dan 3 orang masyarakat yang ada di Kota Medan. Adapun hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada 5 narasumber itu. Adapun 5 narasumber itu adalah, Bapak Andi Azis berusia 34 tahun yang saat ini menjadi penanggung jawab pelayanan Jasa Raharja perwakilan Kota Medan, Bapak Fikri berusia 27 tahun merupakan staff pelayanan dan kehumasan Jasa Raharja perwakilan Kota Medan, Bapak Irfan Sinaga berusia 63 tahun merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja, Ibuk Feat Handayani berusia 56 tahun merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja, dan yang terakhir ada Bapak Muhammad Ridwan berusia 24 tahun merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja.

4.2. Observasi

PT Jasa Raharja adalah perusahaan asuransi yang secara profesional menyediakan diri untuk mengambil alih dan menerima risiko pihak-pihak lain. Dengan pembayaran tertentu, risiko yang menjadi tanggung jawabnya itu kemudian dikelola sedemikian rupa dalam suatu rangkaian kegiatan yang berlanjutan, sebagai kegiatan perusahaan. Fungsi utama PT. Jasa Raharja adalah dengan pemupukan dana-dana yang cara pemupukannya dilakukan dengan mengadakan Iuran dan sumbangan wajib tersebut adalah untuk siapa aja, sedang hasil pemupukannya akan dilimpahkan juga kepada perlindungan jaminan rakyat banyak. Oleh karena itu jaminan sosial rakyatlah yang dalam pada itu menjadi pokok tujuan yang utama.

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti melakukan pengamatan terhadap kantor Jasa Raharja Kota Medan pada saat jam operasional dimulai. Peneliti juga mencari beberapa orang pegawai Jasa Raharja yang memiliki jabatan dan fungsi dalam melakukan program jaminan, mempromosikan jaminan, dan yang menaungi sosial media perusahaan yang bersedia diwawancarai secara langsung. Peneliti juga mencari beberapa masyarakat yang berada di Kota Medan yang secara langsung menerima dan menggunakan program jaminan dari Jasa Raharja tersebut yang bersedia di wawancarai secara langsung. Terdapat beberapa bentuk pemanfaatan media digital Jasa Raharja dalam mempromosikan jaminan guarantee letter di Kota Medan. Seperti yang disampaikan salah satu pegawai jasa

raharja Kota Medan yaitu Bapak Andi Azis. Yang dimana bapak Andi Azis menyebutkan dalam mempromosikan program jaminan kepada masyarakat, pihak Jasa Raharja sendiri akan memsosialisasikan secara langsung kepada masyarakat terkhusus bagi pengguna kendaraan bermotor ataupun mobil, dan kami sendiri juga menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program santunan kecelakaan, dan merupakan komitmen yang kuat dari Jasa Raharja Kota Medan sendiri dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan diri dalam berkendara.

4.3. Hasil Wawancara

Observasi dan wawancara yang akan peneliti kemukakan tentang permasalahan yang telah dijelaskan pada bab I, yaitu untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan. Selain itu, pertanyaan yang peneliti ajukan pada informan diambil dari Uraian Teoritis yang terdapat di bab II. Peneliti mewawancarai narasumber yang telah terpilih secara purposive sampling, adapun hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

4.3.1. Pemanfaatan Media Digital

Media digital didefinisikan sebagai keterampilan, pengetahuan, serta pemahaman yang memungkinkan praktik kritis, kreatif, dan aman. Sehingga manusia dihadapkan dengan teknologi digital, pada setiap aspek kehidupan tidak

melakukan hal yang tidak diinginkan ketika melakukan akses terhadap digitalisasi tersebut dan memanfaatkan digitalisasi tersebut dengan sebaik - baiknya.

Dalam era digital sekarang ini, perkembangan media digital dan teknologi informasi memberikan kemudahan penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan. Lembaga, perusahaan, organisasi dan masyarakat menggunakan media digital bukan semata-mata untuk sekedar eksis tetapi memperoleh berbagai macam informasi terbaru yang terjadi di sekitar kita atau seluruh dunia bagi sebagian lembaga atau perusahaan besar menggunakan media digital bisa menjadi ajak pertunjukan keunggulan dan membuat ketertarikan masyarakat untuk mencari tau, dan menjadi salah satu media untuk membentuk branding dan melakukan promosi.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan pemanfaatan media digital yaitu “Pemanfaatan media digital seperti apa yang Jasa Raharja Kota Medan gunakan dalam memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat?”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andi Azis (34) dengan jabatan Penanggung Jawab Pelayanan Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Andi Azis mengatakan:

“Baik dek,, didalam penerapan media digital sendiri,, Jasa Raharja Kota Medan lebih kepada media digital berbasis media sosial yang dimana kita lebih mengedepankan penyebaran informasi baik itu promosi atau informasi apapun itu lebih kepada social media berupa Instagram dan untuk web sendiri itu lebih ke pelayanan seperti informasi kantor cabang, profil Jasa Raharja, dan Virtual

Assistant. Jadi dek dalam media digital kami lebih banyak bergerak di ig baik itu informasi dan promosi.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fikri (27) dengan jabatan Staff Pelayanan dan Kehumasan Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Fikri mengatakan:

“Lebih ke sosial media si bang, karena kita memberikan informasi dan membagikan suatu hal itu di tempat dimana orang sering mengaksesnya. Nah ig ini hampir semua kalangan bisa mengakses dan dari situlah penyebaran informasi nantinya bang dapat di lihat oleh masyarakat yang ada di Kota Medan ini bang. Yang nantinya akan ditangkap oleh masyarakat yang melihatnya dan masyarakat itu sendiri akan mencari tau tentang sebuah informasi itu sendiri bang.”

Dapat dibuktikan dengan yang dibilang oleh Bapak Andi dan Bapak Fikri terkait pemanfaatan media digital seperti apa yang digunakan Jasa Raharja Kota Medan dalam memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Irfan Sinaga (63) merupakan merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Irfan mengatakan:

“Media digital ya dek?,, kemarin om liat informasi dari mereka itu melalui sosial media nya mereka langsung, dan sampai sekarang om juga melihat social media mereka karena kan nanti ada informasi yang bersipat penting atau bagaimana jadi biar tau. Dan untuk penyampaian informasi dari mereka sendiri

itu cukup jelas dan mudah dimengerti jadi masyarakat yang lain pasti gak bakal salah pemikiran tentang informasi tersebut. Dan untuk web om pernah akses pas pertama kali daftar asuransi ini aja karena kan disitu lebih rinci mengenai perusahaan dan berbagai asuransi yang ada di sana. Itu aja si dek dari om.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Feat Handayani (56) merupakan merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Ibuk Feat Handayani mengatakan:

“Dari Instagram nya Jasa Raharja nya itu sendiri si dek,, karena yang kakak tau dan lihat ig mereka itu sering dan aktif dalam memberikan informasi dan hal penting lainnya. Apalagi kan jaman sekarang sosial media itu lebih banya orang lihat kan jadi mereka udah pas sih menurut kakak pribadi dalam menyebarkan informasi itu melakukannya di sosial media.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwan (24) merupakan merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Ridwan mengatakan:

“Untuk informasi mungkin ada ya dek,, tapi untuk media yang sering mereka gunakan itu bapak kurang tau,, karena kan media itu ada banyak,,, tapi pastinya mereka menggunakan media online entah itu facebook, tiktok, atau Instagram... dan dari situ mungkin mereka melakukan penyebaran informasi untuk kita kita ini dek.. pokok nya informasinya bagus la dari pihak Jasa Raharja itu sendiri.”

Dalam era digital sekarang ini, perkembangan media digital dan teknologi informasi memberikan kemudahan penyebaran informasi dan promosi dari

berbagai sektor kehidupan. Lembaga, perusahaan, organisasi dan masyarakat menggunakan media digital bukan semata-mata untuk sekedar eksis tetapi memperoleh berbagai macam informasi terbaru yang terjadi di sekitar kita atau seluruh dunia bagi sebagian lembaga atau perusahaan besar menggunakan media digital bisa menjadi ajak pertunjukan keunggulan dan membuat ketertarikan masyarakat untuk mencari tau, dan menjadi salah satu media untuk membentuk branding dan melakukan promosi.

Dalam hal ini Komunikasi digital merupakan suatu cara yang tepat dalam menyampaikan sebuah informasi dikarenakan komunikasi digital dapat mengirimkan pesan kepada masyarakat atau penerima pesan melalui media digital. Komunikasi yang digunakan Jasa Raharja juga dapat dipahami sebagai mekanisme pengalihan informasi ataupun pesan dari kepada masyarakat melalui sarana digital. Adapun karakteristik komunikasi digital ini sangat berbeda dari cara komunikasi konvensional. Perbedaan utama dan yang paling mencolok dapat dilihat dari segi pengemasan informasi pada media digital yang mereka gunakan seperti media sosial, pesan ataupun informasi yang mereka sajikan dalam bentuk gabungan berupa teks, gambar, grafik, sound, animasi, video, yang dikemas menjadi file digital sehingga informasi tersebut tersaji dengan lebih menarik agar masyarakat tidak bosan dan lebih tertarik dengan informasi yang Jasa Raharja sendiri sampaikan.

4.3.2. Promosi Jaminan

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pasti memiliki

tujuan baik itu berupa untuk mendapatkan materi ataupun lainnya. Tidak terkecuali bagi PT. Jasa Raharja yang memiliki cabang di berbagai provinsi indonesia, mereka tidak mencari keuntungan materi tetapi PT. Jasa Raharja memberikan pelayanan bagi seluruh rakyat indonesia begitu juga PT. Jasa Raharja Kota Medan. Mereka lebih memprioritaskan memberikan pelayanan dan jaminan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang ada di Kota Medan melalui promosi yang ada dan membangun pemahaman masyarakat adalah salah satu bentuk yang terlihat dari PT. Jasa Raharja Kota Medan yang merupakan suatu bagian dari pemerintah yang fokus dalam bidang asuransi atau jaminan keselamatan dalam berkendara.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan pemanfaatan media digital yaitu “Promosi media digital seperti apa yang Jasa Raharja Kota Medan gunakan dalam mendekatkan diri dan membangun kesadaran kepada masyarakat ?”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andi Azis (34) dengan jabatan Penanggung Jawab Pelayanan Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Andi Azis mengatakan:

“Dalam mempromosikan program ini kami sering melakukan sosialisasi rutin minimal sebulan sekali itu ada, sosialisasi kesekolah, kemudian masyarakat di aula kecamatan atau di aula kelurahan kemudian menghadiri acara – acara yang terdiri dari banyak orang seperti kegiatan pramuka biasanya kita ikut turut campur disitu dengan menawarkan dorprisedorprise sehingga menarik pihak penyelenggara untuk mengundang kita atau mengadakan pengobatan gratis yang di selingi dengan sosialisasi. Kemudian sosialisasi, dialog publik di kampus-

kampus setahun sekali, di radio sebulan sekali pun ada. Kegiatan mobil unit pelayanan juga program yang dimana kita menyentuh langsung para korban kecelakaan kalau sosialisasi ke sekolah atau daerah biasanya itu pra kecelakaan itu kita kasih pemahaman kalau di rumah sakit paska kecelakaan langsung kita kasih pemahaman.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fikri (27) dengan jabatan Staff Pelayanan dan Kehumasan Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Fikri mengatakan:

“Mempromosikannya biasanya kita memanfaatkan spanduk atau baliho yang didalamnya terdapat tulisan dan gambar. Baik teks maupun gambar yang terdapat dalam spanduk atau baliho melalui tahap perencanaan sebelumnya, karena spanduk atau baliho biasanya akan dipasang di dekat jalan raya yang dilalui masyarakat, maka kata-kata atau kalimat yang digunakan secara singkat namun jelas, sehingga masyarakat pengguna kendaraan tetap dapat membacanya. Selain spanduk atau baliho kami juga menggunakan sosial media berupa Instagram yang akan mempublish beberapa program jaminan dan memberikan informasi kepada masyarakat betapa pentingnya menggunakan jaminan pada kendaraan pribadi atau kepada diri sendiri. Kemudian dek pesan yang kami sampaikan melalui promosi media online ini memiliki perencanaan yang berbeda karena sosialisasi penting untuk melihat siapa yang menjadi khalayak sasaran karena khalayak memiliki perbedaan baik karakteristik maupun asal mereka. Pesan dalam sosialisasi akan lebih panjang karena pesan yang

disampaikan perlu dijelaskan maka sebelum sosialisasi berlangsung perlu menyiapkan materi apa saja yang akan di sampaikan dan tema pun harus disesuaikan dalam mempromosikan program ini dek.”

Dapat dibuktikan dengan yang dibilang oleh Bapak Andi dan Bapak Fikri terkait promosi media digital seperti apa yang digunakan Jasa Raharja Kota Medan dalam mendekatkan diri dan membangun kesadaran kepada masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Irfan Sinaga (63) merupakan merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Irfan mengatakan:

“Pada saat mempromosikannya dek,, pihak Jasa Raharja sendiri pernah melakukan sosialisasi di lingkungan sini dek.. dan mereka juga membagikan selebaran kertas yang menjelaskan beberapa bentuk jaminan yang ada di Jasa Raharja itu sendiri. Dan cara menjelaskan mereka sangat jelas dek menurut abang, jadi membuat abang langsung sadar kalua jaminan keselamatan berkendara itu perlu makanya melalui promosi mereka abang jadi tertari menggunakan asuransi tersebut.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Feat Handayani (56) merupakan merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Ibuk Feat Handayani mengatakan:

“Yang kakak tau, Jasa Raharja sendiri pernah dating Ketika kakak lagi memperpanjang SIM, nah disitu mereka memberitahukan kepada masyarakat yang ada di kantor polisi tersebut dan mereka juga mempromosikan ig mereka agar kami bisa melihat bentuk program jaminan yang mereka berikan. Nah, dari

situ kakak mulai tertarik ni dan mulai mencoba memakai asuransi yang dikeluarkan Jasa Raharja.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwan (24) merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, Bapak Ridwan mengatakan:

“promosi yang mereka gunakan sangat bagus dan membuat tertarik karena penyampaian kalimat dan penjelasan orang mereka itu dapat dimengerti dan membuat saya sendiri bisa memakai jaminan tersebut melalui promosi yang mereka lakukan. Dan dalam proses promosi tersebut mereka juga melakukan promosi dengan cara datang langsung kemari dek.”

Didalam penelitian yang penulis dapatkan ialah promosi merupakan salah satu kegiatan yang didalamnya terdapat proses menginformasikan dan membujuk orang untuk menerima produk yang kita tawarkan. Kegiatan ini sama pentingnya dengan kegiatan baik dalam hal harga, lokasi dan produk. Kegiatan promosi tidak bisa berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen menjadi senang dan kemudian membeli produknya.

Perencanaan promosi yang dilakukan Jasaraharja di lapangan sesuai dengan kebutuhan utama dari strategi promosi tersebut, yaitu untuk meningkatkan brand jaminan Guarantee Letter dan juga untuk menarik minat calon nasabah.

Didalam mempromosikan jaminan tersebut, Jasaraharja Kota Medan Melaksanakan promosi, elemen yang paling banyak digunakan oleh Jasaraharja Kota Medan adalah iklan melalui berbagai media seperti media cetak berupa

majalah, koran, brosur. Lalu ada media online, media elektronik, media luar ruang dan juga media transportasi, yang mana dari tiap media tersebut memiliki tujuan komunikasi dan sasarannya masing-masing.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa cara Jasa Raharja melakukan kegiatan promosi program memiliki tujuan dari strategi promosi untuk menginformasikan, dan membujuk, dan mengingatkan kepada pembeli. Oleh sebab itu, promosi yang dilakukan oleh para perusahaan dan lembaga yang dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkah pengetahuan dan sikap pembeli.

4.4. Pembahasan Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti dengan dua orang pegawai Jasa Raharja Kota Medan dan tiga orang masyarakat yang merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan, untuk mengetahui pemanfaatan media digital yang mereka gunakan dalam mempromosikan program yang pihak Jasa Raharja sendiri miliki.

Dalam era digital sekarang ini, perkembangan media digital dan teknologi informasi memberikan kemudahan penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan. Lembaga, perusahaan, organisasi dan masyarakat menggunakan media digital bukan semata-mata untuk sekedar eksis tetapi memperoleh berbagai macam informasi terbaru yang terjadi di sekitar kita atau seluruh dunia bagi sebagian lembaga atau perusahaan besar menggunakan media digital bisa menjadi ajak pertunjukan keunggulan dan membuat ketertarikan masyarakat untuk mencari tau, dan menjadi salah satu media untuk membentuk

branding dan melakukan promosi.

Dalam hal ini Komunikasi digital merupakan suatu cara yang tepat dalam menyampaikan sebuah informasi dikarenakan komunikasi digital dapat mengirimkan pesan kepada masyarakat atau penerima pesan melalui media digital. Komunikasi yang digunakan Jasa Raharja juga dapat dipahami sebagai mekanisme pengalihan informasi ataupun pesan dari kepada masyarakat melalui sarana digital. Adapun karakteristik komunikasi digital ini sangat berbeda dari cara komunikasi konvensional. Perbedaan utama dan yang paling mencolok dapat dilihat dari segi pengemasan informasi pada media digital yang mereka gunakan seperti media sosial, pesan ataupun informasi yang mereka sajikan dalam bentuk gabungan berupa teks, gambar, grafik, sound, animasi, video, yang dikemas menjadi file digital sehingga informasi tersebut tersaji dengan lebih menarik agar masyarakat tidak bosan dan lebih tertarik dengan informasi yang Jasa Raharja sendiri sampaikan.

Didalam penelitian yang penulis dapatkan pihak Jasa Raharja sendiri melakukan promosi program dengan beberapa bentuk cara diantaranya ialah melakukan promosi secara tetap muka dan secara digital yang dimana kedua bentuk tersebut sangat efektif dan dapat membuat masyarakat Kota Medan tertarik dengan program yang mereka promosikan. Sebagaimana yang kita tau, promosi merupakan salah satu kegiatan yang didalamnya terdapat proses menginformasikan dan membujuk orang untuk menerima produk yang kita tawarkan. Kegiatan ini sama pentingnya dengan kegiatan baik dalam hal harga, lokasi dan produk. Kegiatan promosi tidak bisa berhenti hanya pada

memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen menjadi senang dan kemudian membeli produknya.

Perencanaan promosi yang dilakukan Jasaraharja di lapangan sesuai dengan kebutuhan utama dari strategi promosi tersebut, yaitu untuk meningkatkan brand jaminan Guarantee Letter dan juga untuk menarik minat calon nasabah.

Didalam mempromosikan jaminan tersebut, Jasaraharja Kota Medan Melaksanakan promosi, elemen yang paling banyak digunakan oleh Jasaraharja Kota Medan adalah iklan melalui berbagai media seperti media cetak berupa majalah, koran, brosur. Lalu ada media online, media elektronik, media luar ruang dan juga media transportasi, yang mana dari tiap media tersebut memiliki tujuan komunikasi dan sasarannya masing-masing.

Maka terlepas dari semua itu dapat kita lihat dari hasil penelitian ini betapa pentingnya cara Jasa Raharja melakukan kegiatan promosi program memiliki tujuan dari strategi promosi untuk menginformasikan, dan membujuk, dan mengingatkan kepada pembeli. Oleh sebab itu, promosi yang dilakukan oleh para perusahaan dan lembaga yang dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkah pengetahuan dan sikap pembeli.

Maka dari itu peran pemerintah Kota Medan terkhusus Dinas Perhubungan dan Pihak Kepolisian Kota Medan sangat diperlukan dalam hal ini Jasa Raharja sebagai bagian dari Lembaga pemerintah Kota Medan yang berfokus pada asuransi berkendara harusnya sangat berperan lebih aktif lagi dalam menutaskan masalah dan mempromosikan program tersebut kepada masyarakat, antisipasi

korban kecelakaan. Berdasarkan hal tersebut, Jasa Raharja Kota Medan.

4.4.1. Profil Informan

1. Andi Azis

Andi Azis berumur 34 Tahun, merupakan Penanggung Jawab Pelayanan Jasa Raharja Kota Medan.

2. Fikri

Bapak Fikri berumur 27 Tahun, merupakan Staff Pelayanan dan Kehumasan Jasa Raharja Kota Medan.

3. Irfan Sinaga

Bapak Irfan Sinaga berumur 63 Tahun, merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan.

4. Feat Handayani

Ibuk Feat Handayani berumur 56 Tahun, merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan.

5. Muhammad Ridwan

Bapak Muhammad Ridwan berumur 24 Tahun, merupakan masyarakat yang saat ini menggunakan asuransi Jasa Raharja Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan judul skripsi “Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter Di Kota Medan” maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Didalam hasil penelitian ini, Komunikasi yang digunakan Jasa Raharja juga dapat dipahami sebagai mekanisme pengalihan informasi ataupun pesan dari kepada masyarakat melalui sarana digital. Adapun karakteristik komunikasi digital ini sangat berbeda dari cara komunikasi konvensional. Perbedaan utama dan yang paling mencolok dapat dilihat dari segi pengemasan informasi pada media digital yang mereka gunakan seperti media sosial, pesan ataupun informasi yang mereka sajikan dalam bentuk gabungan berupa teks, gambar, grafik, sound, animasi, video, yang dikemas menjadi file digital sehingga informasi tersebut tersaji dengan lebih menarik agar masyarakat tidak bosan dan lebih tertarik dengan informasi yang Jasa Raharja sendiri sampaikan.
2. Perencanaan promosi yang dilakukan Jasaraharja di lapangan sesuai dengan kebutuhan utama dari strategi promosi tersebut, yaitu untuk meningkatkan brand jaminan Guarantee Letter dan juga untuk menarik minat calon nasabah.

3. Dalam mempromosikan jaminan tersebut, Jasaraharja Kota Medan Melaksanakan promosi, elemen yang paling banyak digunakan oleh Jasaraharja Kota Medan adalah iklan melalui berbagai media seperti media cetak berupa majalah, koran, brosur. Lalu ada media online, media elektronik, media luar ruang dan juga media transportasi, yang mana dari tiap media tersebut memiliki tujuan komunikasi dan sasarannya masing-masing.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Beberapa iklan yang dibuat dalam promosi di semua media memiliki desain yang hampir sama, serta isi pesannya juga hamper sama. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi agar isi dan design iklan tersebut dapat dibuat lebih berbeda agar masyarakat lebih tertarik dengan program jaminan yang di tawarkan dan agar sasaran dapat terpengaruh dan menerima pesan komunikasinya dengan baik.
2. Kepada pihak Jasaraharja agar kiranya membuat sebuah kampanye atau sosialisasi yang lebih kreatif dan inovatif, agar lebih banyak masyarakat maupun target audience yang mengetahui tentang perusahaan Jasaraharja dan program program jaminan yang ada di Kota Medan.
3. Dan kepada Jasaraharja, diharapkan didalam pengelolaan sosial media agar bisa melakukan edukasi secara live atau siaran langsung agar

masyarakat yang ada di media sosial dapat menangkap betapa pentingnya sebuah jaminan dan dapat meng edukasi masyarakat secara lebih dan tentu saja menjadi peluang besar bagi Jasaraharja Kota Medan, agar dapat berinteraksi dan mempromosikan produknya secara interaktif kepada para calon nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatmawati, I. N., & Sholikin, A. (2019). Literasi digital, Mendidik Anak di Era Digital Bagi Orang Tua Milenial. *Madani: Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 11(2), 119–138.
- Faustyna, F., Rudianto, R., & Santoso, P. (2021). Pelatihan Komunikasi Krisis Masyarakat Lokal dalam Mengelola Keluhan Wisatawan saat Pandemi Covid19 untuk Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Lama Paluh Naga di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 69–76. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v1i2.41>
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 29–40. <https://doi.org/10.25008/parahita.v3i1.76>
- Halimin, M. Y. (2020). Literasi Media Dengan Perilaku Perundungan Dunia Maya Dalam Penggunaan Media Sosial Pada Remaja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 416. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5360>
- Juliansyah, A. (2021). Hubungan Komunikasi Dalam Keluarga Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Kelas Iv Sdn Gugus 02 Kecamatan Alas Communication Relationship With the Family To the Learning Motivation of Class Iv Students of Sdn Gugus 02 Kecamatan Alas in Academic Year 2019. *Renjana Pendiidkan Dasar*, 1(1), 23–29.
- Novianti, R., & Riyanto, S. (2018). Tingkat Literasi Media Remaja Desa dalam Pemanfaatan Interney. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 158–171.
- Prayoga, D., & Arif, E. (2021). Hubungan Komunikasi Interpersonal Orang Tua dengan Motivasi Belajar Siswa SD Negeri di Kota Sungai Penuh. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 7913–7917.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2267%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/2267/1975>

SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>

Simanullang, P. E. (2019). Public Relations Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Niagawan*, 8(2), 108. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14259>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Cv.

Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2022). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Etika Berdigital. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 2155–2165.



UMSU
Cerdas | Terpercaya

Sejarah surat ini agar disebutkan
dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id www.umsu.ac.id [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 16 November 2023

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Mhd. Rendi Akbar Lelis
NPM : 1903110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 148,0 SKS, IP Kumulatif 3,47...

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Efektivitas Program Pemutihan Pajak Kendaraan bermotor dalam meningkatkan Pendapatan Pajak DAPENDA Sumut	
2	Pemanfaatan media digital Sesi Raharja dalam mempromosikan Jaminan Guarantee Letter di Kota Medan	✓
3	Proses Komunikasi Pesta tahunan Pesta Suku Bero di Desa Gongsol Kecamatan Merdeka	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi.
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 5 Desember 2023

Ketua

Program Studi.....

(.....)
NIDN:

Permohon,

Rendi

(Mhd. Rendi Akbar Lelis)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi..... IKO

(Rahmanita Ginting, PhD...)
NIDN: 0131087302





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [@ umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2095/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **30 Desember 2024**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MHD. RENDI AKBAR LUBIS**
N P M : 1903110042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : XI (Sebelas) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA**
(Skripsi dan Jurnal Ilmiah) **DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN**
GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN

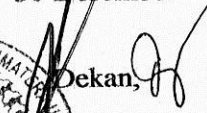
Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 242.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 30 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 29 Djumadil Akhir 1446 H
30 Desember 2024 M


Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

umsu.medan

umsu.medan

umsu.medan

umsu.medan

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan,20....

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Mhd. Rendi Akbar Lubis

N P M : 1903110042

Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 2095.../SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal dengan judul sebagai berikut :

Pemanfaatan Media Digital Jase Raharja Dalam Mempromosikan Laminan Guarantee Letter Di Kota Medan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK - 2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan,
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Propsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

[Signature]

(.....)

NIDN:

Pemohon,

[Signature]

(Mhd. Rendi Akbar Lubis)





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 430/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 07 Maret 2024
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

SK-4



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	MUHAMMAD RAFI MUMTAZ NASUTION	2003110149	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PERAN KOMUNIKASI POLITIK PAN DALAM MEREDAM PERNYATAAN ZULKIFLI HASAN TENTANG CANDANGAN SHOLAT DI MEDIA SOSIAL
2	OVALAH SARI SIPAHUTAR	2003110037	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS PERBANDINGAN VISUALISASI FILM CATATAN SI BOY (1987) DENGAN FILM CATATAN SI BOY (2023)
3	MHD. RENDI AKBAR LUBIS	1903110042	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEED LETTER DI KOTA MEDAN
4	FARIDA SANJAYA	2003110081	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH IKLAN POLITIK PEMILU 2024 TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN ROKAN HILIR
5	MUHAMMAD RIAN APRIANDI	1903110063	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA KRISIS IDENTITAS DALAM FILM DEAR DAVID

Medan, 24 Sya'ban 1445 H
05 Maret 2024 M



10/1 25
FARIZ HL
ACC DRAP

DAFTAR WAWANCARA

PENELITIAN SKRIPSI

JUDUL: PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM
MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN

1. Apa peran utama Jasa Raharja dalam memberikan santunan kecelakaan?
2. Jejaring sosial apa yang sering Bapak/Ibu gunakan dalam mempromosikan program Jasa Raharja atau program jaminan Guarantee Letter kepada masyarakat?
3. Bagaimana upaya Bapak/Ibu dalam menggunakan Jejaring Sosial untuk mempromosikan jaminan Guarantee Letter kepada masyarakat?
4. Seberapa sering Bapak/Ibu menggunakan Jejaring Sosial dalam mempromosikan program Jaminan Guarantee Letter kepada masyarakat?
5. Apa yang menjadi fokus utama Bapak/Ibu dalam manajemen produksi media digital di Jasa Raharja saat ini?
6. Bagaimana tim produksi Jasa Raharja dalam mengukur keberhasilan sebuah promosi di media digital tersebut?
7. Apa keunggulan jaminan Guarantee Letter dibandingkan jaminan lainnya?
8. Bagaimana penanganan klaim santunan yang diberikan jasa raharja kepada korban kecelakaan?
9. Kendala seperti apa yang sering Bapak/Ibu alami di media digital dalam mempromosikan jaminan tersebut?

10. Bagaimana cara Bapak/Ibu dalam melakukan promosi Jaminan Guarantee Letter yang bersifat membujuk kepada masyarakat?
11. Bagaimana cara Bapak/Ibu dalam melakukan promosi Jaminan Guarantee Letter yang bersifat mengingatkan kepada masyarakat?
12. Modifikasi apa yang sering Bapak/Ibu gunakan dalam mempromosikan jaminan Guarantee Letter terhadap tingkah laku masyarakat?
13. Apakah dalam Jejaring Sosial yang Bapak/Ibu gunakan sering memberitahu kegiatan Jaminan Guarantee Letter Kepada masyarakat?
14. Kendala seperti apa yang sering Bapak/Ibu alami dalam mempromosikan Guarantee Letter kepada masyarakat?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)

Nomor : 86/KET/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Lampiran : -.-

Hal : **Mohon Diberikan Izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 10 Rajab 1446 H

10 Januari 2025 M

Kepada Yth : **Kepala Jasa Raharja Perwakilan Tk. 1 Medan**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa	: MHD. RENDI AKBAR LUBIS
N P M	: 1903110042
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: XI (Sebelas) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,



Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
jika menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fslp.umsu.ac.id>

fslp@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap

Mhd. Rendi Akbar Lubis

NPM

1903110042

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

Pemanfaatan Media Digital
Jasa Raharja Dalam Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter
Di kan Medan

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	16 Nov 2023	Pengajuan Judul Skripsi	
2	21 Des 2023	ACC Judul Skripsi	
3	4 Jan 2024	Revisi cover proposal skripsi	
4	10 Jan 2024	Revisi judul proposal skripsi	
5	15 Jan 2024	Revisi latar belakang masalah	
6	17 Jan 2024	Revisi rumusan masalah	
7	19 Jan 2024	Revisi tujuan masalah	
8	25 Jan 2024	Revisi kerangka Teori	
9	24 Feb 2024	ACC Seminar proposal	
10	30 Januari 2025	Revisi Bab IV	
11	10 Feb 2025	Revisi Bab V kesimpulan & Saran	
12	13 Feb 2025	ACC sidang	

Medan, ...13 FEB...20.25

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Dr. Kholis Salsabilla, S.Sos, M.Pd)
NIDN : 0061126635

(Akhyar Ansharif, S.Sos, M.I Kom)
NIDN : 0127048401

(Purnama H. Lubis)
NIDN : 0121038202





Jurnal **KESKAP**

Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik

SURAT KETERANGAN

No. 1146/KET/KESKAP/VI/2025

Dengan ini Redaktur Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Mhd Rendi Akbar Lubis
Institusi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Telah menyerahkan naskah artikel untuk diproses sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan oleh pengelola Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik.

Judul : Pemanfaatan Media Digital Jasa Raharja Dalam
Mempromosikan Jaminan Guarantee Letter di Kota Medan
Jumlah Halaman : 7 Halaman
Penulis : Mhd Rendi Akbar Lubis

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 18 Juni 2025

Redaktur Jurnal KESKAP



Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
PERPUSTAKAAN

Terakreditasi A Berdasarkan Ketetapan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 00059/LAP.PT/IX.2018

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567

NPP. I271202D1000003 ☎ <http://perpustakaan.umsu.ac.id> ✉ perpustakaan@umsu.ac.id 📠 perpustakaan@umsu.ac.id 🌐 perpustakaan.umsu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 01709/KET/II.6-AU/UMSU-P/M/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : MHD RENDI AKBAR LUBIS
NPM : 1903110042
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan/ P.Studi : Ilmu Komunikasi

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 20 Zulhijjah 1446 H
17 Juni 2025 M

Kepala Perpustakaan,



Dr. Muhammad Arifin, M.Pd.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1118/UND/II.3.AUUMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 02 Juli 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	SAYED SAHDAN PUTRA PRATAMA	2103110222	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PENGARUH PROGRAM "RRQ KELILING KOTA" TERHADAP INTERAKSI DIGITAL DAN SOSIAL KOMUNITAS KINGDOM MEDAN
2	MUHAMMAD RAFIQIH AZHAR	2003110309	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN MNC BANK MEDAN KEPADA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA
3	MIPTAHUL JANNAH HARIANJA	2003110291	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERHUBUNGAN KOTA MEDAN DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PENGGUNA PARKIR BERLANGGANAN
4	MHD. RENDI AKBAR LUBIS	1903110042	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL JASA RAHARJA DALAM MEMPROMOSIKAN JAMINAN GUARANTEE LETTER DI KOTA MEDAN
5	BAGAS ARYA ANDHIKA	1803110066	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA DESA TUNTUNGAN I KECAMATAN PANCUR BATU KABUPATEN DELI SERDANG DALAM MENJALANKAN PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Notulis Sidang :

1.

Tanggal : 8 Juli 2025
Tempat : Medan

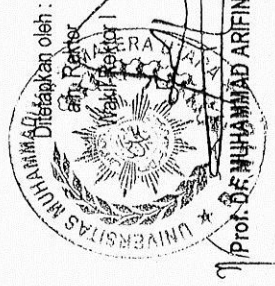
Medan, 05 Muharram 1447 H

30 Juni 2025



Ketua,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama	: Mhd Rendi Akbar Lubis
NPM	: 1903110042
Tempat dan tanggal lahir	: Medan/ 19 Juli 2000
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jalan Bilal Ujung Gg Arjuna No 21
Anak Ke	: 2
No. Hp	: 081375716615
Email	: rendiakbar1907@gmail.com

Nama Orang Tua

Nama Ayah	: Syahrin Nauli Lubis S.Sos.,
Nama Ibu	: Icha Chandrawati
Alamat	: Jalan Bilal Ujung Gg Arjuna No 21

Pendidikan Formal

1. SD Swasta Melati
2. SMP Negeri 20 Medan
3. SMA Negeri 16 Medan
4. Mahasiswa pada Fakultas Fisip Ilmu Komunikasi
di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara