

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH MAHASISWA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



MOHAMMAD FATHAN ARDHIE

1211913006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Mohammad Fathan Ardhie

NIM : 1211913006

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fathan', written in a cursive style.

Tanggal : 26 Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Mohammad Fathan Ardhie

NIM : 1211913006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa

Dengan ini telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si ()

Penguji 1 : Dion Wardyono, S.E., M.S.M ()

Penguji 2 : Ngurah Rangga Wiwesa, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang mana berkat Rahmat dan karunianya yang diberikan maka penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini merupakan sebuah syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis dalam Menyusun Tugas Akhir ini menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan proses penyusunan Tugas Akhir ini, maka dari itu penulis sangat berterima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan Kesehatan dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Orang tua Penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti untuk kelancaran Tugas Akhir ini sehingga dapat menyelesaikannya.
3. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Miftahul Jannah yang selalu menemani, selalu memberikan dukungan, selalu memberikan semangat serta selalu ada untuk membantu sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
5. Mutia Kamilah Ardhie sebagai adik yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk Menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Miss Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Pak Dion Wardyono SE., M.S.M sebagai dosen pembahas dalam seminar proposal dan penguji 1 yang memberikan masukan saran untuk penulis lebih baik lagi dalam melakukan penelitian.

8. Pak Ngurah Ranga Wiwesa, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai penguji 2 yang memberikan masukan dan saran dalam penelitian ini.
9. Freddy Yakob, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai kepala humas Politeknik Negeri Media Kreatif dan Ridwan Staf humas yang telah membantu penulis dalam memberikan data – data yang penulis butuhkan.
10. Seluruh teman – teman Universitas Bakrie kelas karyawan Ilmu Komunikasi Batch 16 terima kasih telah berjuang bersama saling membantu selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari dalam Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu saran dan kritik dari semua pihak perlu untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 26 Juli 2023



Mohammad Fathan Ardhie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Fathan Ardhie

NPM : 1211913006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutive (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas tugas akhir saya yang berjudul:

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juli 2023

Yang Menyatakan



(Mohammad Fathan Ardhie)

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa

Mohammad Fathan Ardhie

ABSTRAK

Politeknik Negeri Media Kreatif merupakan Perguruan Tinggi Negeri Vokasi yang berbasis industri kreatif yang melakukan kegiatan Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif melalui Media Sosial Instagram pada tahun 2021 - 2022 dalam meningkatkan jumlah mahasiswa. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini bahwa dalam strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan Politeknik Negeri Media Kreatif melalui media sosial Instagram masih ditahapan *brand identity* yang berfokus memperkenalkan ke khalayak dan komunikasi pemasaran *word of mouth* yang sangat berpengaruh besar dalam meningkatkan jumlah mahasiswa.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran , Media sosial, Instagram

Analysis of Marketing Communication Strategy at State Polytechnic of Creative Media Through Instagram Social Media in Increasing the Number of Students

Mohammad Fathan Ardhie

ABSTRACT

The State Polytechnic of Creative Media is a Creative Industry-based Vocational State College that carries out Marketing Communication activities through Instagram Social Media in increasing the number of students. The purpose of this study is to find out how Marketing Communication Strategy at the State Polytechnic of Creative Media through Instagram Social Media from 2021 until 2022 will increase the number of students. The research method in this study is used a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results of this study show that in the marketing communication strategy is implemented by the Creative Media State Polytechnic through social media, Instagram is still at the brand identity stage which focuses on introducing to the public and word of mouth marketing communications which have a major influence in increasing the number of students.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Social Media, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Konsep Yang Relevan	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	15
2.1.2.1 Analisis SOSTAC.....	17
2.1.3 Media Sosial.....	23
2.1.3.1 Instagram.....	24
2.1.3.2 Fitur Instagram	25
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Desain dan Pendekatan.....	37
3.2. Objek dan/ atau Subjek.....	38
3.3. Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Sumber Data Premier	38
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	39
3.4. Analisis Data.....	39

3.4.1 Reduksi Data	40
3.4.2 Penyajian Data.....	40
3.4.3 Kesimpulan.....	40
3.5. Triangulasi Data	40
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	41
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	44
4.1.1 Politeknik Negeri Media Kreatif	44
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Politeknik Negeri Media Kreatif.....	45
4.1.3 Struktur Organisasi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	46
4.2 Penyajian Data.....	46
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa	49
4.3 Pembahasan dan Diskusi	74
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Politeknik Negeri Media Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa	74
BAB V.....	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Kendala dan Keterbatasan	82
5.3 Saran dan Implikasi	82
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	82
5.3.2 Saran Untuk Lembaga.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Social di Indonesia	6
Gambar 1. 2 Platform Sosial Media Paling Banyak Digunakan.....	6
Gambar 1. 3 Instagram Politeknik Negeri Media Kreatif	8
Gambar 1. 4 Konten Selamat Tahun Baru 2021 dan Informasi Kampus.....	9
Gambar 1. 5 Konten Program Studi, Portofolio, dan Q&A live Instagram	10
Gambar 1. 6 Konten Ucapan Hari Besar.....	11
Gambar 1. 7 Konten Kampus Polimedia dan FAQ.....	12
Gambar 1. 8 Konten Program Studi, Portofolio, dan Live Instagram.....	12
Gambar 1. 9 Konten Ucapan Hari – Hari besar	13
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3. 1 Model Miles dan Huberman.....	40
Gambar 4. 1 Logo Politeknik Negeri Media Kreatif.....	44
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	46
Gambar 4. 3 Freddy Yakob, Kepala Humas Politeknik Negeri Media Kreatif	47
Gambar 4. 4 Jihan Fauziyyah Juniar Mahasiswi Aktif Politeknik Negeri Media Kreatif	47
Gambar 4. 5 Ahmad Alferi Mahasiswa Aktif Politeknik Negeri Media Kreatif ..	48
Gambar 4. 6 Melinda Apriliani Mahasiswi Aktif Politeknik Negeri Media Kreatif	49
Gambar 4. 7 Lokasi Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif.....	50
Gambar 4. 8 Akun Instagram @polimediakreatif.....	51
Gambar 4. 9 Konten Hari Besar Tahun 2021	55
Gambar 4. 10 Konten Hari Besar Tahun 2022.....	56
Gambar 4. 11 Konten Prestasi Mahasiswa Tahun 2021	63
Gambar 4. 12 Konten Prestasi Mahasiswa Tahun 2022	64
Gambar 4. 13 Konten – konten Instagram Tahun 2021	67
Gambar 4. 14 Konten – konten Instagram Tahun 2022	68
Gambar 4. 15 Postingan Feed Instagram Tahun 2021	69
Gambar 4. 16 Konten Instagram Live, IGTV, Reels Tahun 2021	70
Gambar 4. 17 Postingan Feeds Instagram 2022.....	71
Gambar 4. 18 Postingan Reels Instagram 2022	72