

**STRATEGI PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
MENARIK MINAT CALON MAHASISWA TAHUN 2020**

PROPOSAL SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Anggraheni Aisyah Setyaningsih

20180530035

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggraheni Aisyah Setyaningsih

Nomor Mahasiswa : 20180530035

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa penulisan skripsi dengan judul **Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Melalui Media Sosial TikTok dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Tahun 2020**, adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dirujuk maupun dikutip tersebut telah saya nyatakan dengan benar. Apabila suatu saat skripsi saya terbukti merupakan plagiat atau menjiplak karya dari orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan.

Yogyakarta, 1 Oktober 2022



Anggraheni Aisyah Setyaningsih

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dalam melalui proses yang ditempuh dalam menjalani segala perjuangan, rintangan, dan suka cita dalam menyelesaikannya. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih karena sudah mendampingi serta menjadi bagian dari perjalanan dalam penulisan karya ini

1. Segala puji dan syukur bagi **Allah SWT** yang telah melimpahkan segala rahmat berupa kesehatan akal pikiran dan kemurahan ridho-Nya sehingga tugas akhir saya dapat terselesaikan dengan baik lancar tanpa suatu hambatan apapun.
2. Kepada orang tua serta keluarga yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan menyisihkan finansialnya sehingga dapat menyelesaikan semua proses serta mempercayai saya dalam segala hal.
3. Diri sendiri, Anggraheni Aisyah Setyaningsih yang telah mempunyai dan menjaga semangat serta tekad untuk melawan rasa malas sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. **Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., MM** selaku dosen pembimbing yang sangat ramah selalu suportif dalam memberikan dukungan dan arahan sehingga memudahkan dalam penyelesaian tugas akhir ini. semoga Bu Yeni selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
5. **Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si** dan **Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si** selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam tugas akhir ini sehingga karya ini dapat menjadi lebih baik.

6. **Muhammad Biondy Ramadhana** yang selalu menemani, memberikan dukungan, dan semangat selama proses perkuliahan hingga tugas akhir ini.
7. **Alin Rizki Amita** yang memberikan dan mengingatkan hal positif serta telah menemani untuk berproses selama di bangku perkuliahan.
8. **Ilmu Komunikasi 2018**, Terima kasih sudah menjadi bagian atas segala pengalaman dalam mendapatkan ilmu selama 3 tahun ini.
9. **Pak Imam** dan **Mbak Ria** selaku informan dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesempatannya dalam pengumpulan data pada tugas akhir ini.
10. Terimakasih juga kepada seluruh informan pada penelitian ini sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.
11. Terimakasih kepada semua pihak yang bersangkutan dan telah berjasa dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Semoga kalian diberikan kelancaran, kemudahan, serta perlindungan oleh Allah SWT.

MOTTO

“Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah. Dan engkau menjadikan kesedihan (kesulitan) jika Engkau kehendaki pasti akan menjadi mudah”

(HR Ibnu Hibban)

“Hargai sebuah proses dan waktu”

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT yang telah senantiasa memberikan ridho, rahmat dan hidayah-Nya, serta kita haturkan sholawat serta salam kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW, maka dengan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Melalui Media Sosial TikTok dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Tahun 2020” tugas skripsi dilakukan guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan doa tentu tugas pelaksanaan tugas akhir skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar dan baik. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini. Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Mas Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan dorongan, semangat, dan kemudahan dalam membimbing tugas akhir ini.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si dan Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji terimakasih atas masukan dan saran yang

telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

4. Seluruh Dosen, Tata Usaha, dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Pak Imam, Mbak Ria, Mbak Bella, Dede Muniroh, Fatma, Fiqoh dan Jo yang telah senantiasa selalu memberikan kemudahan informasi selama penelitian.

Penulis menyadari banyaknya kekurangan selama proses pembuatan tugas akhir ini. Maka dari itu, penulis tidak menutup kesempatan bagi siapa saja yang ingin memberikan kritik dan saran yang membangun. Demikian, kurang lebihnya peneliti mohon maaf, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat kepada siapapun. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 1 Oktober 2022

Penulis



Anggraheni Aisyah Setyaningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis	14
2. Manfaat Praktis.....	14
E. Kajian Teori	14
1. Strategi Promosi	14
2. Promosi <i>Online</i>	16
3. Perencanaan Promosi Online.....	17
4. Implementasi Pemasaran <i>Online</i>	23
5. Evaluasi Promosi.....	23
6. Media Baru	24
7. TikTok sebagai Media Promosi	28
F. Metodologi Penelitian	31
1. Jenis Penelitian	31

2. Sumber Data	32
3. Teknik Pengumpulan Data	32
4. Teknik Sampling atau Cuplikan	33
5. Teknik Keabsahan Data.....	35
6. Teknik Analisis Data	36
BAB II.....	39
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	39
A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	39
B. Gambaran Umum Biro Admisi UMY.....	48
C. Gambaran Umum Biro Humas dan Protokol UMY.....	50
BAB III	52
A. Sajian Data	52
1. Perencanaan Aktivitas Promosi melalui Tiktok	53
2. Implementasi Aktivitas Promosi melalui TikTok	64
3. Evaluasi Aktivitas Promosi TikTok	78
B. Pembahasan.....	83
1. Analisis Perencanaan Kegiatan Promosi melalui TikTok.....	84
2. Analisis Implementasi Aktivitas Promosi melalui TikTok	98
3. Analisis Evaluasi Kegiatan Promosi melalui TikTok	104
BAB IV	107
A. KESIMPULAN	107
A. SARAN	110
DAFTAR PUSTAKA	111
TRANSKRIP WAWANCARA	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi	2
Gambar 1. 2 Konten TikTok UMY dengan Jumlah Viewers Tertinggi.....	9
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi UMY	43
Gambar 2. 2 Struktur Biro Admisi UMY	49
Gambar 2. 3 Struktur Biro Humas dan Protokol UMY	51
Gambar 3. 1 Konten Wisuda Offline UMY 2020.....	67
Gambar 3. 2 Konten Camaba Check.....	69
Gambar 3. 3 Konten Challenge Mataf UMY	71
Gambar 3. 4 Konten Challenge HUT RI ke 75 Tahun.....	72
Gambar 3. 5 Konten Anak Kampus Sini	73
Gambar 3. 6 Konten Pencapaian UMY	74
Gambar 3. 7 Waktu Posting TikTok UMY.....	76
Gambar 3. 8 Hastag pada TikTok UMY	77
Gambar 3. 9 TikTok Insight berdasarkan Interaction/Engagement.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Media Sosial UMY	6
Tabel 1. 2 Perbandingan Jumlah Mahasiswa UMY tahun 2018 - 2021	7
Tabel 1. 3 Perbandingan Akun TikTok pada Perguruan Tinggi Swasta	11
Tabel 3. 1 Data Capaian TikTok UMY	87
Tabel 3. 2 Konsep Konten pada TikTok UMY	92