

**STRATEGI KOMUNIKASI UPT-PMB DALAM
UPAYAMENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
TAHUN 2019 – 2020**

SKRIPSI



**OLEH
ROSFIANANDA CAESAR MAYRAJ
NIM. 1610521002**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI UPT-PMB DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER
TAHUN 2019-2020**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember untuk memenuhi salah
satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi

**OLEH
ROSFIANANDA CAESAR MAYRAJ
NIM. 1610521002**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2021**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah berkat kekuasaan Allah SWT Tuhan semesta alam, tugas akhir ini telah berhasil kuselesaikan dengan baik. Karya kecil ini kupersembahkan kepada orang-orang yang senantiasa membantu, mendukung, mendoakan, menyayangi dan menguatkan untuk melalui perjuangan selama berbulan-bulan lamanya, saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayah dan ibu, dua orang yang sangat kusayangi dan kucintai, kasih sayangnya tak pernah putus sedetik pun, doa terkuat yang selalu mengiringi setiap langkah anakmu hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Sahabat-sahabat ambyar yang tidak pernah meninggalkan disetiap saat seiring dengan waktu, susah senang pun, dan saat aku berbuat kesalahan selalu mengingatkan dengan sabar.
3. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember. Terimakasih telah memberi tempat pengalaman yang luar biasa dan tempat menuntut ilmu selama 5 tahun ini hingga selesai.
4. Keluarga IK 16. Teman-teman seangkatanku yang sangat luar biasa, banyak cerita yang kita ukir bersama, kalian menjadi keluarga baru semenjak kita maba dan sampai kapanpun akan selalu di hati.
5. Yang terakhir, untuk seseorang yang selalu membuat tertawa di setiap aku mulai lelah, dan itu menjadi penyemangatku. Terimakasih banyak.

HALAMAN MOTTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu alasan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)"

QS. Al-Insyirah: 6-7

“Resiko yang paling besar adalah tidak mengambil resiko. Dalam dunia yang berubah cepat, strategi yang pasti akan gagal adalah tidak mengambil resiko.”

(Mark Zuckerberg)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rosfiananda Caesar Mayraj
NIM : 1610521002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 21 Agustus 2021



Rosfiananda Caesar Mayraj
NIM.1610521002

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI UPT-PMB DALAM
UPAYA MENINGKATKAN MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER TAHUN 2019-2020

Oleh :

Nama : Rosfiananda Caesar Mayraj
NIM : 1610521002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jember, 21 Agustus 2021
Pembimbing



Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.
NPK. 02 11 316

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Rosfiananda Caesar Mayraj, NIM : 1610521002 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 21 Agustus 2021
Tempat : Zoom Meeting

Tim Penguji :

Ketua



Dr. Juariyah, M.Si
NIP. 196708061993032002

Sekretaris



Drs. Hery B. Cahyono, M.Si
NPK. 02 11 316

Anggota



Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom
NPK. 15 03 647

Mengetahui,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember
Dekan,



Dr. Juariyah, M.Si
NIP. 196708061993032002

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosfiananda Caesar Mayraj
Nim : 1610521002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI UPT-PMB DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER TAHUN 2019-2020**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember

Pada tanggal : 21 Agustus 2021



Rosfiananda Caesar Mayraj

NIM. 1610521002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani serta petunjuk dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI UPT-PMB DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER TAHUN 2019-2020”. Skripsi Ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

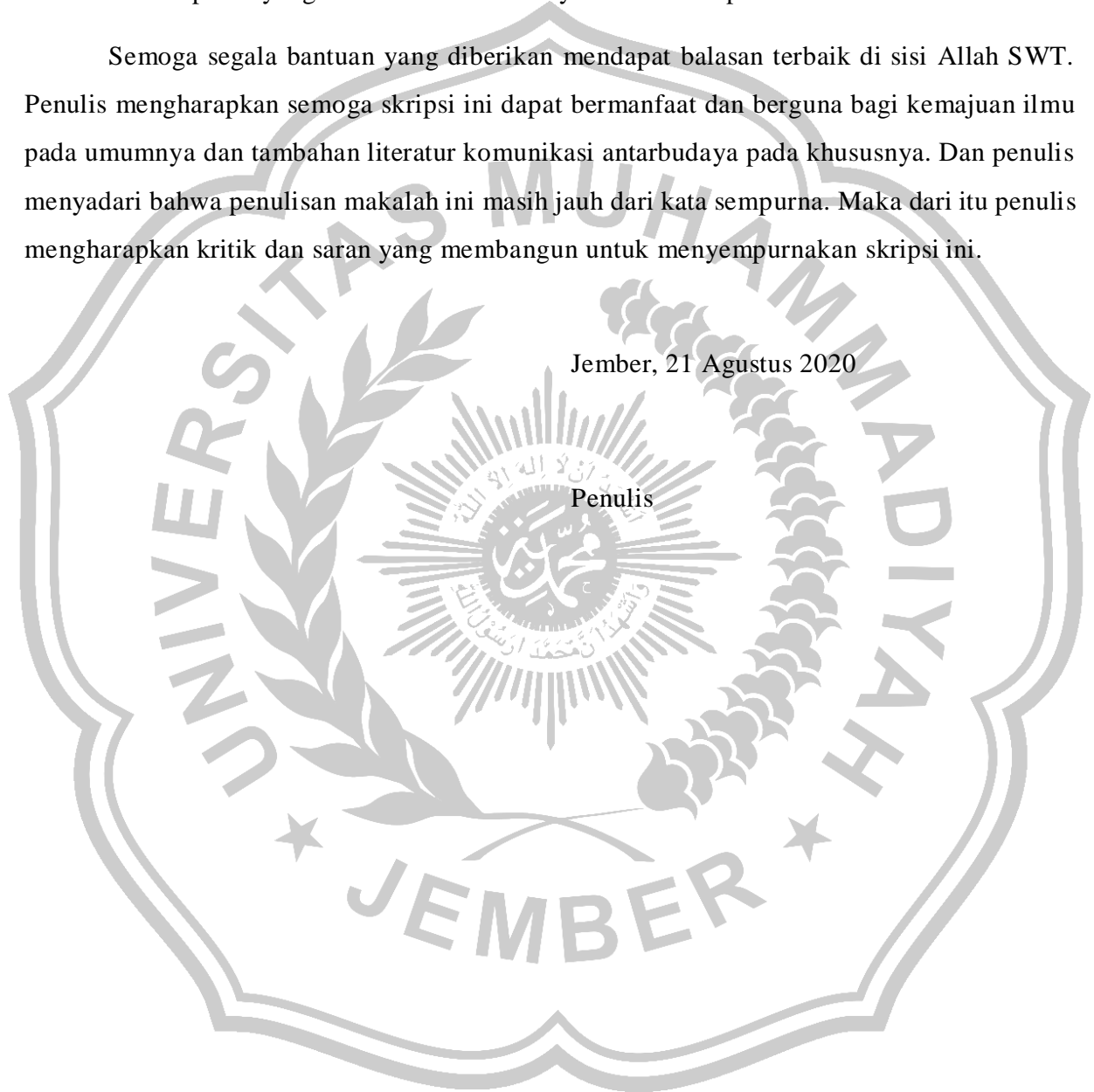
1. Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Dr. Juariyah M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Sudahri, S.sos., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

4. Drs. Hery B. Cahyono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah ikhlas dan sabar membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
5. Kedua orangtua dan keluarga penulis yang telah mendoakan dan memberi dukungan tiada henti.
6. Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama menyelesaikan skripsi.
7. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang diberikan mendapat balasan terbaik di sisi Allah SWT. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan tambahan literatur komunikasi antarbudaya pada khususnya. Dan penulis menyadari bahwa penulisan makalah ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jember, 21 Agustus 2020

Penulis



ABSTRAK

Caesar Rosfiananda Mayraj, 2021 *Strategi Komunikasi UPT-PMB Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Jember Tahun 2019-2020*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, Pembimbing Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

Kata Kunci: *Perencanaan, Strategi, Komunikasi, dan Upt-pmb*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan, penggunaan media, dan hambatan-hambatan dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif yang diperoleh data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan model analisis data Miles and Huberman dengan langkah-langkah Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, Dan Verifikasi Data yang dilakukan dengan cara guna mendapatkan data yang aktual. Penulis mengangkat strategi komunikasi, karena strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dengan begitu dapat melihat poses sampai hasil upt-pmb dalam meningkatkan jumlah mahasiswa. Upt-pmb memegang kendali atas upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Ia harus membangun citra agar prespektif calon mahasiswa terhadap unmuh jember terlihat baik. Upt-pmb telah mempunyai perencanaan yang tersusun dengan baik, penggunaan media yang disesuaikan oleh masyarakat dan mempunyai hambatan yang bisa harus diatasi oleh upt-pmb.



ABSTRACT

Caesar Rosfiananda Mayraj, 2021 UPT-PMB Communication Strategy in an Effort to Increase the Number of New Students at the Muhammadiyah University of Jember in 2019-2020. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember, Supervisor Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

Keywords: *Planning, Strategy, Communication, and Upt-pmb*

This study aims to determine the planning, use of media, and obstacles in increasing the number of new students at the Muhammadiyah University of Jember. This study uses qualitative research methods in the form of descriptive primary and secondary data obtained through observation, interviews, and documentation using the Miles and Huberman data analysis model with the steps of Data Collection, Data Reduction, Data Presentation, and Data Verification. to get up-to-date data. The author raised the communication strategy, because the communication strategy is planning and management to achieve a goal. That way you can see the process until the results of upt-pmb in increasing the number of students. Upt-pmb is in control of efforts to increase the number of new students. He must build an image so that prospective students' perspective on Unmuh Jember looks good. Upt-pmb already has a well-organized plan, the use of media adapted by the community and has obstacles that can be overcome by upt-pmb.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN LOGO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah.....	7
Tujuan Penelitian.....	7
Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
Penelitian Terdahulu.....	8
Kerangka Landasan Teori.....	10
Pengelolaan Perguruan Tinggi.....	10
Hubungan Lembaga Pendidikan Masyarakat.....	11

Komunikasi.....	13
Pengertian Komunikasi.....	13
Strategi Komunikasi.....	14
Komunikasi Organisasi.....	17
Pengertian Informasi	18
Pengertian Persuasi.....	18
Pengertian Dialog	18
Pemasaran dalam Lembaga Pendidikan	19
Komunikasi Pemasaran	20
Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	20
Tujuan Komunikasi Pemasaran	22
Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	25
Implementasi Komunikasi Pemasaran	27
Persiapan dan Pengembangan Media.....	30
Eksekusi Media dan Marketing Communication	30
Evaluasi Komunikasi Pemasaran.....	31
Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	34
Jenis Penelitian	34
Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
Sumber Data	34
Metode Penentuan Sumber Data	35
Metode Pengumpulan Data	36
Analisis Data	36
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	38
Universitas Muhammadiyah Jember.....	38
Visi Universitas Muhammadiyah Jember.....	39
Misi Universitas Muhammadiyah Jember	43
Tujuan Universitas Muhammadiyah Jember.....	43
UPT PMB Unmuh Jember	45
Visi UPT PMB Unmuh Jember.....	46
Misi UPT PMB Unmuh Jember.....	46
Struktur Organisasi UPT PMB Unmuh Jember	46
Jumlah Pendaftar Calon Mahasiswa Baru Tahun 2020	47
4.1 2.5 Jumlah Calon Mahasiswa Baru Lulus Seleksi Tahun 2020	48
Strategi Komunikasi Pemasaran UPT PMB Tahun Ajaran 2019/2020	51
4.2.1 <i>Advertising</i>	53
Sales Promotion.....	55
Public Relations dan Publicity.....	59
<i>Personal Selling</i>	61
<i>Direct Marketing</i>	64
<i>Sponsorship</i>	65
<i>Corporate Identity</i>	67
<i>Packaging</i>	69
<i>Ponit of Sale and Merchandising</i>	72

<i>Word of Mouth</i>	75
Hambatan UPT PMB Tahun Ajaran 2019/2020.....	76
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	81
Kesimpulan.....	81
Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

