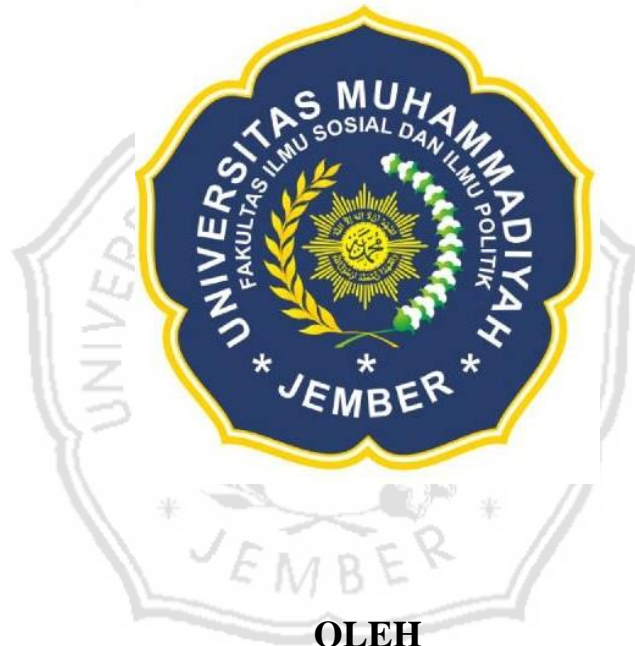


**EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI *YOUTUBE* HUMAS
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI



**OLEH
MEKKI PATRIA DARMAWAN
NIM. 1510521033**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**

**EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI *YOUTUBE* HUMAS
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

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

**OLEH
MEKKI PATRIA DARMAWAN
NIM. 1510521033**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Mekki Patria Darmawan, NIM: 1510521033 ini telah dipertahankan di depan tim penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin
Tanggal : 27 Mei 2019
Tempat : Ruang Sidang 3.2

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

Dr. Juariyah, M.Si.

NPK. 02 11 316

NIP. 196708061993032002

Anggota,

Dr. Emy Kholifah R., M.Si

NPK. 92 08 378

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

Dr. Emy Kholifah R., M.Si

NPK. 92 08 378

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani serta petunjuk dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektifitas Media Promosi *Youtube* Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Universitas Muhammadiyah Jember”. Skripsi Ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

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 mengenai kehumasan. 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, 27 Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Media Massa	6
2.3 Brand Image	10
2.4 Efektivitas	13
2.5 Media Promosi	15
2.6 Teori Penggunaan dan kepuasan (Uses and Gratification Theory).....	17
2.7 Youtube	20
2.8 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Lokasi Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data.....	24
3.4 Penentuan Sumber Data	24
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6 Analisa Data	25
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	27
4.1.2 Visi Misi Humas Universitas Muhammadiyah Jember	29
4.2 Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Jember	30
4.3 Motivasi Humas Universitas Muhammadiyah Jember	37

4.4 Konsekuensi Positif Maupun Negatif dari Kegunaan Media Promosi Youtube	40
4.5 Analisis Youtube Humas Universitas Muhammadiyah Jember	45
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 : Model <i>Uses and Gratifications</i>	18
Gambar 2.8 : Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.5.1 : Analisis Awal Terbentuk Youtube Humas UM Jember	46
Gambar 4.5.2 : Grafik Awal Terbentuk Youtube Humas UM Jember	47
Gambar 4.5.3 : Perkembangan Grafik <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember.	47
Gambar 4.5.4 : Subscriber Awal <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember.....	48
Gambar 4.5.5 : Peningkatan Subscriber <i>Youtube</i> Humas UM Jember	49
Gambar 4.5.6 : Minat Usia Penonton <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember..	50
Gambar 4.5.7 : Minat Konten Penonton <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember	51
Gambar 4.5.8 : Jenis Kelamin Penonton <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember	52
Gambar 4.5.9 : Penyebaran Penonton <i>Channel Youtube</i> Humas UM Jember.	52
Gambar 4.5.10 : Data Awal Penyebaran Penonton <i>Youtube</i> Humas UM Jember	53
Gambar 4.5.11: Data Baru Penyebaran Penonton <i>Youtube</i> Humas UM Jember	54



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a Brand name*.
New York : Free Press.
- A. Blumberg & W. Greenfield. *The Effective Principle: Perspectives on School Leadership*. Boston: Allyn and Bacon Inc. 1980.
- Achsin A. *Media Pendidikan Dalam Kegiatan Belajar Mengajar*. IKIP Ujung Pandang: Ujung Pandang. 1980.
- Agung, Kurniawan. *Transformasi Pelayanan Publik*. Penerbit Pembaharuan: Yogyakarta. 2005.
- Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara : Jakarta, 2005.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung. 2007.
- Brad & Debra Scheep. *How to Make Money with Youtube*. McGraw-Hill Education: New York. 2009.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. 2003.
- Damarstuti, Rini. *Media Relations Konsep, Strategi & Aplikasi*. Andi Yogyakarta : Yogyakarta. 2013.
- Davis, Keith dan Newstron, Jhon W. *Perilaku Dalam Organisasi. Jilid Kedua*. Erlangga: Jakarta. 2000.
- Djaslim, Saladin. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya: Bandung. 2002.
- Djaslim, Saladin., Yevis Oesman. *Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran*. Lindakarya: Bandung. 2002
- Effendy, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*. PT. Mandar Maju: Bandung. 1989.

- Ferrinadewi, Erna. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu: Yogyakarta. 2008.
- Hasan, Ali. *Marketing*. MedPress: Yogyakarta :. 2009.
- Hansen, Don R, Maryane M. Mowen. *Management Accounting, Third Edision*, Cincinnati, Ohio: South Western Publishing Co.
- Hawkins, I Best, R. J. Coney, K. 1998. *Consumer Behavior : Building Market Strategi*. USA : Irwin/Mc Graw-Hill
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., . *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana: Jakarta. 2003.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Erlangga: Jakarta. 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT. Prehallindo: Jakarta. 2001.
- Mahmudi. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. UPP AMP YKPN: Yogyakarta. 2005.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP: Jakarta. 1992.
- Moenir, H.A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta. 2006.
- Moleong Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung. 2004.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencang Prenadamedia Grup: Jakarta. 2014.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta. 2011.
- Peter, J. P. Olson, J. C. 2002. *Consumer Behaviorand Marketing Strategi* 6th ed. New York : Mc Graw-Hill/Irwin
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remadja Karya: Bandung. 1984.
- Seitel, Fraser P. *Praktik Public Relation*. Erlangga : Jakarta, 2016. Shinta Puspita Sari. *The Practice of Public Reltion*. 2014.

- Surachman. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Bayumedia Publishing: Malang. 2008.
- Susanto, Astrid S. *Pendapat Umum*. Bina Cipta: Bandung. 1975.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*, (6)9: 1875-1879.
- Zahnd, Markus. *Perancangan Kota Secara Terpadu*. Kanisius: Yogyakarta. 2006.

Jurnal:

- Hartanto, Hendry., dan Engelbertha Silalahi. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, dan Hedonic Brand Image dari Produk – Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Manajemen*. Vol. 10. No. 2 2013: 187-203.
- Karomah, Pragantara Ridho. *Efektifitas Pemanfaatan Aplikasi WhatsApps Sebagai Sarana Diskusi Pembelajaran Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jember Angkatan 2015* : Tidak diterbitkan. 2018.
- Kusumasondjaja, Sony. Efektivitas Social Media Advertising: Peran Brand Familiarity dan Kongruensi Endorser. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol.16. No. 1 Maret 2014: 83–92.
- Melinda, Sylvia. Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 5. No. 1 2017.
- Musay, Fransisca Paramitasari. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 3. No. 2 2013: 2-3.
- Satwika, Indi Siswina. Pengaruh Iklan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Caramelloo Shop Analisis Terhadap Efektivitas Penggunaan Iklan Media Sosial Pada Facebook, Twitter Dan Blackberry Messenger. Is Satwika. 2012.
- Sitinjak, Tony dan Tumpal J. R. S. Jurnal: Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek. 2005.

Yudarnadi, Firmansyah., dan Nicko Willy Santoso. Pembuatan Majalah Digital Magazine Sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya Karesidenan Madiun dengan Menggunakan Software Pengolah Grafis. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA*. Vol. 9. No 1 Februari 2015: 46-47.

