

**ANALISIS TAGLINE “UMPO BEYOND AWESOME” PADA
PENERAPAN DI INSTAGRAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
TRIA ADI SAPUTRA
NIM : 14240320**

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

2018



**ANALISIS TAGLINE “UMPO BEYOND AWESOME” PADA
PENERAPAN DI INSTAGRAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

TRIA ADI SAPUTRA

NIM : 14240320

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

2018



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Tria Adi Saputra/ 14240320 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

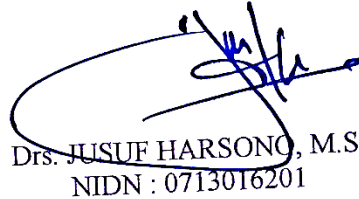
Ponorogo, 23 Juli 2018

Pembimbing I



AYUB DWI ANGGORO, M. Si
NIDN : 0725038605

Pembimbing II



Drs. JUSUF HARSONO, M.Si
NIDN : 0713016201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Tria Adi Saputra ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

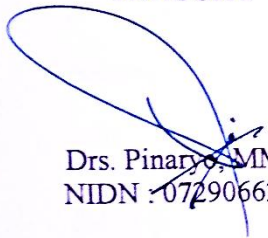
Pada hari : Jum'at

Tanggal : 27 Juli 2018

Pukul : 09.00 WIB

DEWAN PENGUJI

PENGUJI I



Drs. Pinaryo, MM
NIDN : 0729066201

PENGUJI II




Drs. Jusuf Harsono, M.Si
NIDN : 0713016201

PENGUJI III



Ayub Dwi Anggoro, M.Si
NIDN : 0725038605

Mengetahui,
Dekan,



Drs. Jusuf Harsono, M.Si
NIK. 1962011319890912

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Tagline “Umpo Beyond Awesome” Pada Penerapan Di Instagram Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Drs. Jusuf Harsono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang tidak bisa penulis ungkapkan.
4. Bapak M. Zulkarnain Asyahifa, S.Pd., M.Hum Sebagai Narasumber dari Penelitian ini

5. Kedua Orang Tua yang selalu mendukung dan mendoakan untuk terus maju dan berjuang
6. Rekan seperjuangan angkatan 2014 Ilmu Komunikasi
7. Rekan sekampus, Rianto Setyawan, Din Fikri, Maymunah, Roro, Olga, Dessy, Rima yang selalu memotivasi untuk wisuda bersama tahun 2018
8. Retno Utami yang setiap hari tanpa terlewatkan memberikan semangat dan selalu mendampingi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Tidak lupa seluruh teman dari peneliti yang terus mendoakan yang terbaik untuk penulis.

Peneliti hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 27 Juli 2018

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Tria Adi Saputra

Alamat : Dukuh Krajan, Desa Karangpatihan, Kec. Balong, Kab. Ponorogo

Nim : 14240320

Dengan ini menyatakan karya ilmiah dengan judul : **Analisis Tagline “Umpo Beyond Awesome” Pada Penerapan di Instagram Universitas Muhammadiyah Ponorogo** adalah observasi, pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 3 Agustus 2018

Yang menyatakan,

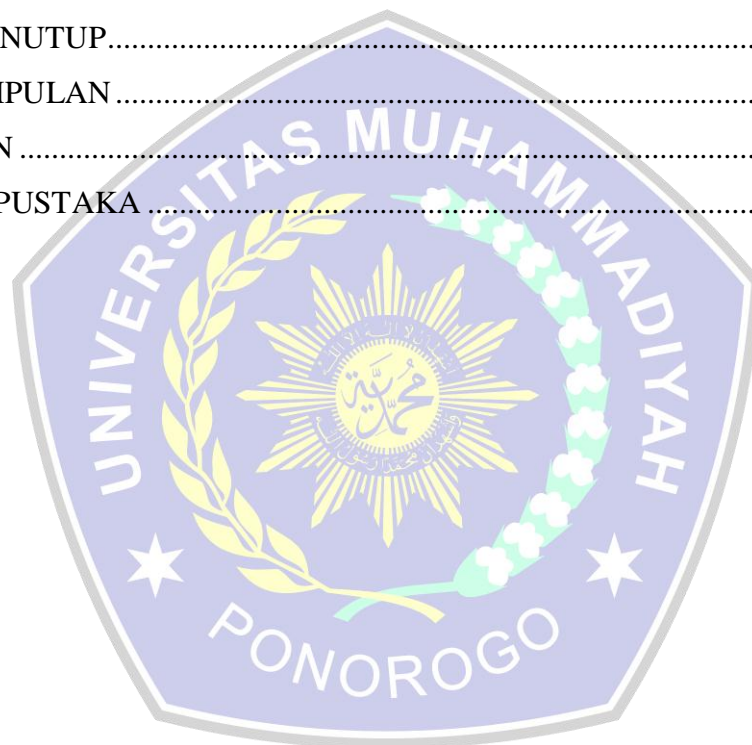
Tria Adi Saputra





DAFTAR ISI	
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PENYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 KAJIAN TEORI.....	7
2.1.1 Humas (Hubungan Masyarakat)	7
2.1.2 Brand.....	12
2.1.3 Media Promotion dan Media Sosial Instagram.....	14
2.1.4 Tagline	20
2.2 KERANGKA FIKIR.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
2.3 TEMPAT DAN WAKTU	25
2.4 JENIS PENELITIAN	25
2.5 DATA DAN SUMBER DATA	25
2.6 SUBJEK PENELITIAN.....	26
2.7 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	26

2.8 TEKNIK ANALISIS DATA.....	27
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	28
4.1 HASIL PENELITIAN.....	28
4.1.1 Analisis Periklanan Merk dengan menggunakan tagline” UMPO Beyond Awesome” Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta penerapannya di Instagram	29
4.1.2 Analisis Periklanan Komparatif pada tagline” UMPO Beyond Awesome” di Instagram	41
4.1.3 Eksistensi	50
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 KESIMPULAN	53
5.2 SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Postingan Instagram @unmuh.ponorogo	34
Gambar 2 : Tagline "Umpo Beyond Awesome"	36
Gambar 3 : Dashboard akun Instagram @unmuh.ponorogo	41
Gambar 4 : Postingan dengan tagline "Umpo Beyond Awesome"	42
Gambar 5 : Perbandingan Postingan yang menggunakan tagline “umpo beyond awesome” dengan postingan yang tidak menggunakan tagline tersebut.	43
Gambar 6 : Teks Postingan akun Instagram @unmuh.ponorogo	44
Gambar 7 : Teks Postingan akun Instagram @unmuh.ponorogo	45
Gambar 8 : Postingan akun Instagram @unmuh.ponorogo	46
Gambar 9 : Halaman Hastag #umpobeyondawesome	47
Gambar 10 : Hastag #umpobeyondawesome	47
Gambar 11 : Capaian Promosi pada akun Instagram @unmuh.ponorogo	51

DAFTAR TABEL

Table 1. Kerangka Fikir	23
-------------------------------	----



ABSTRAK

ANALISIS TAGLINE “UMPO BEYOND AWESOME” PADA PENERAPAN DI INSTAGRAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TRIA ADI SAPUTRA

14240320

Oleh : Tria Adi Saputra

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) perlu melakukan trobosan untuk menambah daya tarik bagi mahasiswa baru, bagian Humas menjadi hal yang *central* dalam mengambil peran sebagai penentu strategi. Hal menarik yang dirasa perlu diteliti adalah *tagline* “*Umpo Beyond Awesome*” pada penerapan di Instagram Unmuh Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa *Tagline* “*Umpo Beyond Awesome*” pada penerapannya di media sosial Instagram yang dilakukan oleh Bagian Humas Pencitraan dan Protokoler Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Jenis dari penelitian ini adalah Kualitatif yang bersifat deskriptif. Peneliti memperoleh data dengan menggunakan metode *Indepth Interview* bersama Bapak M. Zulkarnain Asyahifa, S.Pd., M.Hum. selaku Kepala Bagian Humas Pencitraan dan Protokoler Unmuh Ponorogo. Proses Analisis yang di tempuh peneliti menggunakan pisau analisa dari Boone dan Kurtz dengan tiga tahapan yaitu Periklanan Merk, Periklanan Komparatif dan Eksistensi. Hasil penelitian ini menunjukkan peran Humas Unmuh sebagai pembentuk brand atau merk dengan membuat *tagline* yang dimana penerapannya melalui sosial media Instagram yang menjadi dominasi untuk memperkenalkan *tagline*. Akan tetapi hasil dari penelitian berdasarkan dari metode Boone Kurtz belum tercapai secara maksimal.

Kata Kunci : Tagline, Penerapan, Instagram