

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PENERIMAAN  
MAHASISWA BARU UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra  
NIM: 17240598**

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

**2021**

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PENERIMAAN  
MAHASISWA BARU UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan  
Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

**SYAFROLA AL'AZIIZ RAUUFU YOWANDA PUTRA**

**NIM. 17240598**

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

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra / 17240598 ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 20 Juli 2021

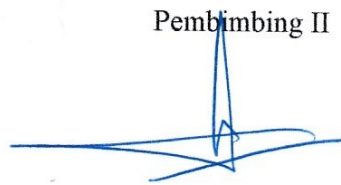
Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D

NIDN. 0725038605

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra ini,

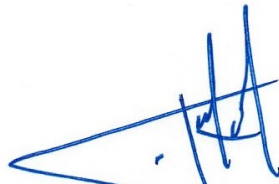
Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 29 Juli 2021

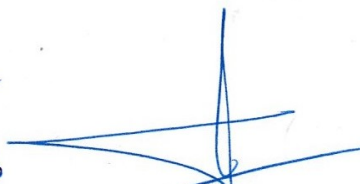
Pukul : 11.00 – 12.00

### Dewan Penguji



Deny Wahyu T., S.Sos. M.I.Kom

NIDN. 0707078204



Oki Cahyo N., S.Sn M.I.Kom

NIDN. 0728018304



Ayub Dwi A., M.Si, Ph.D

NIDN. 0725038605

### Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



( Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D )

NIK. 19860325 201309 13

## MOTTO

“ Panjang Umur Perasaan, semoga tenang dan baik-baik saja “



## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Pihak yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwasanya penelitian ini adalah karya ilmiah (ASLI). Isi yang terkandung dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan sebelumnya oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara pendapat ataupun gagasan tokoh yang telah tertulis dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 23 Juli 2021



Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra

NIM. 17240598

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji Tuhan yang Maha Esa atas izin dan karunia yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan naskah penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen yang telah membimbing dalam menyelesaikan penelitian ini sebagai pemenuhan tugas dan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi.

Penelitian ini diajukan untuk mengkaji Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Penerimaan Mahasiswa Baru di Media Sosial Instagram.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dari hal tersebut, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, petunjuk, koreksi serta saran terhadap Skripsi ini.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak dan Ibu dosen, karyawan serta staff di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
4. Kedua Orangtua yang saya teladani dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan moral dan materi. Sangat besar harapan penelitian ini dapat membanggakan dan membahagiakan beliau.
5. Wahyu Nitasari yang senantiasa mencurahkan tenaga dan pikirannya untuk kelancaran penelitian ini.

6. Informan dari PMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.





# ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

## Abstrak

Skripsi ini berjudul Analisis Komunikasi Pemasaran Lembaga Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Ponorogo di Media Sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui konsep dan strategi komunikasi pemasaran dalam media sosial khususnya instagram yang dipakai atau dilaksanakan oleh Lembaga Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Proses pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam dan juga observasi dokumentasi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah pengelola atau admin dari akun Instagram resmi yang dimiliki Lembaga Penelitian Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Ponorogo yaitu Gladis Sela Agma yang kebetulan juga termasuk kedalam Tim Promosi dari LPMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Komunikasi Pemasaran yang digunakan dalam mengelola akun instagram resmi LPMB Universitas Muhammadiyah ialah Bauran Pemasaran ( *Promotion Mix* ) yang merupakan suatu kombinasi strategi yang paling baik dari variable atau unsur-unsur promosi atau komunikasi pemasaran itu sendiri dan untuk strategi dalam perencanaan promosi sampai tahapan promosi menggunakan teknik analisis SOSTAC ( *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action & Control* ).

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Promotion Mix, SOSTAC, Instagram

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PENERIMAAN  
MAHASISWA BARU UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Syafrola Al'aziiz Rauufu Yowanda Putra**

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Abstract**

This thesis is entitled Analysis of Marketing Communications for New Student Admissions Institute of Muhammadiyah University of Ponorogo on Instagram Social Media. The purpose of this research is to find out the concept and strategy of marketing communication in social media, especially Instagram, which is used or implemented by the New Student Admissions Institute of Muhammadiyah University of Ponorogo.

This research use descriptive qualitative approach. In collecting data, in-depth interviews and documentation observations were used. The informants in this study were the managers or admins of the official Instagram account owned by the Research Institute for New Student Admissions at the University of Muhammadiyah Ponorogo, namely Gladis Sela Agma who happened to be also included in the Promotion Team of the LPMB Muhammadiyah University of Ponorogo.

From the results of this study it is known that the Marketing Communication used in managing the official Instagram account of LPMB Muhammadiyah University is the Promotion Mix which is the best combination of strategies from variables or elements of promotion or marketing communication itself and for strategies in planning promotion to the promotion stage using the SOSTAC analysis technique (Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action & Control).

**Keywords:** Marketing Communication, Promotion Mix, SOSTAC, Instagram

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
A. Komunikasi Pemasaran .....	5
1. Pengertian Komunikasi.....	5
2. Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	8
3. Bauran Komunikasi .....	10
B. Teori Sistem Analisa SOSTAC.....	21
1. Situation Analysis.....	21
2. Objectives .....	22
3. Strategy .....	24
4. Tactics.....	25
5. Actions.....	25
6. Control.....	26
C. Media baru dan Media Sosial .....	26
1. Media Baru .....	26
2. Media Sosial .....	28
D. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III .....	31
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	31
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
D. Sumber Data .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	35
1. Sejarah LPMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo .....	37
2. Sejarah Media Sosial Instagram @pmb_unmuhponorogo .....	40

3. Produk dan Jenis Konten yang Dimuat .....	41
B. Hasil Penelitian ( Komunikasi Pemasaran LPMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo ) .....	43
1. Promotion Mix.....	41
C. Hasil Penelitian ( Strategi Komunikasi Pemasaran LPMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo di Media Sosial Instagram ) .....	46
1. Situation Analysis .....	47
2. Objectives .....	51
3. Strategy.....	52
4. Tactics.....	53
5. Action .....	55
6. Control.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Metode Analisis SOSTAC .....	36
Gambar 2 Tinjauan Wawasan Iklan .....	44
Gambar 3 Tinjauan Wawasan Interaksi Konten .....	44
Gambar 4 Halaman Depan Instagram & Fitur Question.....	46
Gambar 5 Informasi Beasiswa .....	48
Gambar 6 Konten Podcast.....	35
Gambar 7 Postingan Konten Informatif.....	56
Gambar 8 Jenis Konten Sarana Pelayanan.....	57
Gambar 9 Sesi Siaran Langsung .....	58
Gambar 10 Target Promosi Berbayar .....	58
Gambar 11 Jenis Konten Testimonial.....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 2 Konten Instagram LPMB Universitas Muhammadiyah Ponorogo .....	42
Tabel 3 Kesimpulan .....	64

