

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perguruan tinggi swasta (PTS) adalah salah satu mitra strategis yang diberikan oleh pemerintah untuk mewujudkan tujuan pendidikan, yang memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan program-program pendidikan (Sarofah, Satyarini and Setyaningsih, 2021). Tantangan yang dihadapi oleh Perguruan Tinggi Swasta tidak hanya untuk memberikan visi dan misi dalam menghasilkan lulusan terbaik dan berkualitas, namun tantangan yang dihadapi berkaitan dengan ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas dan juga dengan persaingan penerimaan Mahasiswa baru.

Pemerintah dengan melalui berbagai program pendidikan memberikan kemudahan kepada calon peserta didik untuk dapat belajar pada satuan pendidikan negeri. Perguruan tinggi negeri (PTN) memberikan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah setiap tahunnya, sehingga semakin banyak lulusan tingkat atas berkesempatan untuk diterima oleh PTN. Kondisi ini membuat pemasaran pendidikan menjadi salah satu perhatian penting oleh perguruan tinggi swasta (PTS) (Sarofah, Satyarini and Setyaningsih, 2021).

Terjadinya pandemi *Covid-19* yang melanda dunia yang ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi sejak 11 maret 2020 membuat banyak perubahan dari berbagai aspek. Salah satu aspek yang terkena dampak adalah aspek pendidikan dimana membuat pola kehidupan yang sebelumnya dijalani berbanding terbalik karena adanya *Covid-19*. Dalam aspek pendidikan sendiri berubahnya pola belajar mengajar yang tidak dibolehkannya bertatap muka yang digantikannya melalui pembelajaran daring/online dirumah masing-masing membuat pembelajaran membutuhkan adaptasi baru baik untuk para pengajar maupun Siswa. Hal ini membuat perkembangan teknologi sangat diperlukan guna memper-lancar kegiatan tidak hanya belajar mengajar, pekerja pun dituntut bekerja melalui rumah.

Melakukan kegiatan strategi promosi merupakan salah satu dari pemanfaatan jasa digital oleh pendidikan yang harus dilakukan secara intensif setiap dilakukannya kegiatan pendaftaran Mahasiswa baru, terutama terkait pandemi *Covid-19* yang terjadi, Perguruan Tinggi Swasta memperkenalkan dan mempromosikan program

studi dengan melakukan kegiatan promosi secara digital agar dapat dikenal lebih luas dan dapat diakses dengan mudah oleh para calon Mahasiswa yang akan mendaftar dan memilih program studi yang diminati.

Pada situasi demikian kemampuan promosi perguruan tinggi berusaha mengenalkan jurusan dalam upaya pemasaran kepada khalayak. Usaha yang dilakukan sebagai bentuk promosi ini, bertujuan untuk menarik minat calon Mahasiswa baru untuk lebih mengenal jurusan yang dituju.

Salah satu bentuk strategi promosi yang banyak digunakan adalah dengan menggunakan pemasaran menggunakan sosial. Dengan perkembangannya era globalisasi, Perkembangan era globalisasi tidak luput dari perkembangan teknologi. perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat penyebaran informasi semakin meluas dengan mudah. Perkembangan teknologi yang cepat dapat menyebarkan informasi dengan cepat, tepat dan mudah dalam meningkatkan produktivitas (Wawan Wardiana, 2017). Dalam perkembangan teknologi manusia jangan melewati batas karena harus tetap dengan menggunakan landasan mengenai islam yang sudah dijelaskan pada firman Allah ﷻ dalam Al-Quran :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ
أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya : *“Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti”* (QS. Al-Hujarat(49):13).

Era globalisasi pada dasarnya bertindak untuk menyebarkan dan bertukar konektivitas dalam gagasan, kehidupan budaya, berbagai jenis tatanan politik, ekonomi, teknologi, dan semua tatanan lainnya di seluruh dunia. Ini berarti semua pendekatan budaya dan tren kehidupan manusia menawarkan orang-orang di planet ini untuk berhubungan erat dengan kehidupan pribadi maupun publik (Ullah, 2020). Dari perkembangannya era globalisasi adalah perkembangan teknologi, dimana mana kita bisa dapat memudahkan dalam segala aktivitas. Salah satunya adalah kemudahan menemukan informasi dengan cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Kehadiran

media sosial sebagai salah satu dampak dari perkembangan teknologi yang sudah banyak digunakan oleh segala kalangan untuk menemukan dan mencari informasi apapun dengan cepat.

Media sosial *Instagram* program studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Yarsi (@prodi_ipyarsi) yang merupakan salah satu bentuk sarana promosi yang dilakukan. Kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan *Instagram* dengan melakukannya konten mengenai pengetahuan tentang program studi, apa saja yang dipelajari dan prospek kerja yang akan didapatkan. Media sosial merupakan salah satu dampak dari berkembang-nya era globalisasi. Pesatnya perkembangan globalisasi ini mencangkup pola interaksi antara sesama individu sebagai makhluk sosial. Media sosial adalah satu platform media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi pada blog, jejaring sosial, dan dunia virtual lainnya. (Nur Ainiah, 2018). Media sosial ini berdampak positif dan negatif di dalamnya, salah satu dampak dari sisi negatifnya media sosial menjauhkan dengan orang-orang terdekat, interaksi tatap muka sudah menurun, membuat menjadi kecanduan pada gadget, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain dan masalah privasi. Sedangkan sisi positif-nya adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang tanpa harus melihat jarak dan waktu, selain untuk berkomunikasi dan berbagi pengetahuan, media sosial juga memiliki manfaat lainnya. Media sosial merupakan media yang dapat menjangkau banyak pengguna dalam waktu singkat dan dengan biaya yang relatif rendah. (Dita Garnita, 2016). Pada media sosial ini dalam sisi positifnya dapat digunakan untuk kegiatan promosi guna menjangkau lebih luas kalangan dari berbagai macam sumber. Kegiatan promosi dalam sosial media banyak memberikan manfaat dan keuntungan guna memberikan informasi terkait produk yang akan dipromosikan kepada khalayak luas, dengan kegiatan promosi ini pada Perguruan Tinggi Swasta diharapkan untuk memberikan informasi dan pengetahuan sebagai pertimbangan bagi siswa yang sedang memilih jurusan.

Berdasarkan uraian masalah diatas, peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul : **“HUBUNGAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA BARU PRODI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI UNIVERSITAS YARSI ANGAKATAN 2020-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah hubungan antara promosi media sosial terhadap keputusan para Mahasiswa prodi Perpustakaan dan Informasi Universitas YARSI angkatan 2020-2021?
2. Seberapa besar hubungan promosi di media sosial terhadap keputusan Mahasiswa prodi Perpustakaan dan Informasi Universitas YARSI angkatan 2020-2021?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang peneliti batasi agar penelitian tidak mencangkup masalah terlalu luas adalah pada bagian media sosial. Media sosial mencangkup banyak platform didalamnya, penelitian ini hanya menggunakan platform media sosial *Instagram* terkait, dengan responden Mahasiswa program studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Yarsi pada angkatan 2020-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis bagi instansi dan bidang pendidikan, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan manfaat pemikiran mengenai promosi penerimaan mahasiswa baru di Universitas YARSI khususnya pada program studi Perpustakaan dan Sains Informasi.
- b. Memberikan informasi tentang seberapa besar hubungan promosi di media sosial terhadap keputusan Mahasiswa prodi Perpustakaan dan Informasi Universitas di Universitas YARSI khususnya pada program studi Perpustakaan dan Sains Informasi.
- c. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan khususnya dalam promosi penerimaan Mahasiswa baru pada instansi terkait.
- b. Bagi Universitas YARSI khususnya pada program studi Perpustakaan dan Sains Informasi sebagai objek penelitian, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai refleksi promosi penerimaan mahasiswa baru agar tercapai hasil yang optimal.

1.5 Tujuan Penelitian

Setelah perumusan masalah diatas dapat diambil tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana hubungan promosi media sosial terhadap keputusan Mahasiswa program studi Perpustakaan dan Sains Informasi tahun angkatan 2020-2021 dalam memilih program studi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang dihasilkan dalam memilih program studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Yarsi