

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antara perguruan tinggi negeri (PTN) dan swasta (PTS) di Indonesia menciptakan ketidaksetaraan dalam akses dan kualitas pendidikan. Sebanyak 90% PTS dianggap kurang sehat, dengan banyak yang tidak mampu bersaing dengan PTN dalam hal anggaran dan sumber daya. Promosi brand di sektor pendidikan juga menjadi penting, di mana PTS perlu meningkatkan citra mereka untuk menarik mahasiswa. Merek promosi menjadi krusial bagi PTS untuk menarik pelajar, mengingat citra mereka sering kali buruk. Selain itu, konten pendidikan yang dihasilkan oleh PTS sering kali tidak memenuhi standar, yang berdampak negatif pada reputasi mereka di mata calon siswa. Kesenjangan ini mengizinkan akses pendidikan tinggi di Indonesia, di mana PTN lebih diuntungkan oleh dukungan pemerintah dibandingkan PTS. (Mahar Prastiwi, 2022)

Universitas Amikom Yogyakarta memanfaatkan kemudahan dalam melakukan akses maupun pemberian informasi melalui internet, yang merupakan salah satu manfaat yang dapat dirasakan di tengah perkembangan pesat teknologi dan digitalisasi yang terjadi pada era revolusi industri 4.0. Dengan adanya kemajuan ini, Universitas Amikom Yogyakarta dapat lebih efisien dan efektif dalam menyampaikan informasi, melakukan berbagai aktivitas akademik, serta memberikan pelayanan kepada mahasiswa dan masyarakat luas. Revolusi industri 4.0 ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan, di mana penggunaan teknologi digital telah menjadi bagian untuk dapat membantu dalam melakukan promosi terutama dalam hal informasi penerimaan siswa baru. Pada era ini, pengguna media sosial dapat merasakan manfaatnya terutama dalam mencari informasi yang dapat dilakukan secara langsung dan dimana saja. Maka dari itu Universitas Amikom Yogyakarta memanfaatkan

perkembangan industri 4.0 untuk melakukan kegiatan pemberian informasi penerimaan siswa baru melalui berbagai media sosial yang ada maupun website. Universitas Amikom Yogyakarta mempunyai media sosial seperti Tiktok, Instagram, Telegram, maupun website yang dinamai dengan @pmbamikom untuk dapat memudahkan para pencari informasi terkait penerimaan siswa baru. (Kementerian Komunikasi Dan Informatika, n.d.-a)

Peningkatan dunia digital yang pesat tidak lupa diikuti dengan banyaknya konsumen pengguna media sosial. Para pengguna media sosial saat ini berasal dari berbagai kalangan masyarakat umum, dengan rentang usia yang paling dominan berada antara 18 tahun hingga 34 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda dan dewasa. Mereka memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, hingga berbisnis. Keberadaan media sosial yang semakin meluas ini mencerminkan perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi di era digital saat ini. Dalam hal ini yaitu terkait penerimaan siswa baru amikom melalui media sosial instagram. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sering digunakan oleh pengguna internet pada tahun 2024. (RRI.Co.Id - Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024, 2024)

Perkembangan dunia digital yang begitu pesat dan juga banyaknya pengguna media sosial akan berdampak kepada para pelaku usaha di bidang jasa, salah satunya yaitu Universitas Amikom Yogyakarta. Universitas ini memanfaatkan sosial media untuk dapat menyampaikan informasi terkait dengan penerimaan mahasiswa baru melalui platform media sosial baik berupa instagram, website, maupun grup kanal telegram @pmbamikom. Di penggunaan platform tersebut bertujuan untuk memberikan informasi-informasi sebagai tempat yang bisa digunakan dan di dapat dalam penggunaan aplikasi tersebut. Pemanfaatan konten instagram ini akan secara langsung berdampak pada brand awarness. Universitas Amikom Yogyakarta mengenalkan kampus mereka kepada masyarakat umum terutama kepada para siswa yang baru lulus

dari pendidikan menengah atas yang akan lanjut untuk berkuliah melalui konten sosial media. Dengan adanya konten yang ditampilkan oleh Universitas Amikom Yogyakarta menjadi media yang efektif untuk dapat menyampaikan informasi terkait dengan nilai, karakteristik, kegunaan serta spesifikasi instansi pendidikan Amikom Yogyakarta. Selain itu penggunaan konten sebagai bahan informasi juga akan meningkatkan kepercayaan, keputusan, dan membuka interaksi dengan konsumen. (*Pentingnya Konten Bagi Bisnis, Dari Brand Awareness Hingga Tingkatkan Penjualan - UKMINDONESIA.ID*, 2023)

Peneliti memilih menganalisa instagram daripada akun sosial media lainnya karena akun instagram @pmbamikom lebih aktif dalam memberikan informasi yang diberikan kepada calon mahasiswa baru yang akan berkuliah di amikom daripada akun sosial media lainnya. Maka dari itu peneliti akan memfokuskan penggunaan media sosial instagram @pmbamikom dalam melakukan analisa terkait kebutuhan informasi yang diberikan oleh Universitas Amikom Yogyakarta dalam memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa. Dalam penggunaan instagram, Universitas Amikom Yogyakarta melibatkan penggunaan konten sebagai salah satu keunggulan yang saat ini digunakan oleh berbagai universitas negeri maupun swasta dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pelajar yang akan melanjutkan pembelajaran ke dunia perkuliahan. Dengan adanya kemudahan tersebut sangat membantu bagi calon mahasiswa baru yang akan melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan menggunakan media sosial instagram sebagai sarana informasi, secara tidak langsung akan berdampak kepada penerima informasi yang lebih masif dan dapat menjangkau berbagai daerah di indonesia maupun di luar negeri dan dapat digunakan untuk mempromosikan Universitas Amikom Yogyakarta kepada masyarakat umum, sehingga perguruan tinggi ini mendapatkan exposure lebih baik juga mampu membuat persepsi baik untuk kalangan masyarakat umum. (Kementerian Komunikasi Dan Informatika)

Universitas Amikom Yogyakarta merupakan perguruan tinggi yang berfokus kepada manajemen informatika dan komputer yang memiliki visi sebagai perguruan tinggi unggulan dunia dalam bidang ekonomi kreatif yang

berbasis pada entrepreneurship. Universitas Amikom Yogyakarta memiliki tujuan untuk dapat menghasilkan mahasiswa dengan lulusan yang berkualitas secara global, memiliki jiwa *entrepreneur* serta profesional dalam disiplin ilmu ekonomi kreatif, menghasilkan penelitian dan produk ekonomi kreatif, berkualitas global yang dapat berperan meningkatkan daya saing nasional, menghasilkan layanan pengabdian kepada masyarakat yang profesional dalam rangka ikut memecahkan persoalan global maupun nasional, terutama dalam bidang ekonomi kreatif. Universitas Amikom Yogyakarta juga menghasilkan pendidikan berstandar global melalui kemitraan dan jejaring nasional, regional maupun global dan juga menghasilkan taman ekonomi kreatif (serupa taman pengetahuan dan teknologi yang menkhususkan diri dalam ekonomi kreatif) global dan pusat kewirausahaan yang bermanfaat baik nasional, regional maupun global. (*Nilai, Visi, Misi, Tujuan Dan Sasaran | Universitas Amikom Yogyakarta, n.d.; Sejarah Berdirinya Universitas Amikom Yogyakarta | Universitas Amikom Yogyakarta, n.d.*)

Studi mengenai proses penulisan naskah skripsi terkait dengan pemanfaatan konten instagram @pmbamikom ini ditujukan untuk dapat menyampaikan pesan dan juga informasi bagi calon mahasiswa baru yang akan melanjutkan pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta. Informasi yang diberikan oleh pmb amikom memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi yang efektif dan juga lengkap bagi calon mahasiswa baru yang akan mendaftar di Universitas Amikom Yogyakarta. Dengan demikian, hasil penelitian analisis yang akan peneliti lakukan akan memberikan kontribusi bermanfaat bagi pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi, serta diharapkan bisa memberikan wawasan yang mendalam terkait dengan pemanfaatan konten instagram @pmbamikom demi memenuhi kebutuhan calon mahasiswa baru yang akan memilih untuk berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka fokus permasalahan dan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “bagaimana pemanfaatan konten @pmbamikom dalam memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa baru”

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konten @pmb.amikom sudah memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa baru, bagaimana informasi tersebut disampaikan, dan sejauh mana konten tersebut efektif dalam membantu calon mahasiswa memahami berbagai aspek penting terkait pendaftaran, program studi, dan fasilitas Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Karya ini dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis ilmu komunikasi dengan menggunakan implementasi teori *user and gratification*. Penggunaan teori tersebut akan membantu peneliti dalam melakukan analisa terkait dengan manfaat konten @pmbamikom dalam memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan memberikan panduan secara praktis bagi Universitas Amikom Yogyakarta untuk memahami dan menganalisa penggunaan sosial media instagram mereka dalam mencapai tujuan *brand awareness* yaitu dengan pemanfaatan konten instgram @pmbamikom yang akan bermanfaat bagi calon mahasiswa yang akan mendaftar di Universitas Amikom Yogyakarta dengan memberikan informasi terkait kebutuhan calon mahasiswa baru.

1.5 Sistematika Bab

Dalam penulisan skripsi ini, untuk mempermudah dalam hal penyusunan, penulis membaginya dalam beberapa bab. Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini yaitu:

BAB I Berisi tentang uraian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka berpikir, hipotesis, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II Berisi tentang tinjauan pustakan kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, landasan teori, serta kerangka konsep.

BAB III Berisi uraian metodologi penelitian yang terdiri dari paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan penelitian.

BAB IV Berisi tentang uraian temuan dan pembahasan yang didalamnya terdapat deskripsi objek, temuan penelitian, serta pembahasan

BAB V Berisi penutup yang menjelaskan terkait kesimpulan saran dan penelitian selanjutnya.

