

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENCARIAN
DI *GOOGLE TRENDS***

SKRIPSI



Disusun oleh :

Aditya Lazar Usada

21.96.2519

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENCARIAN
DI *GOOGLE TRENDS***

SKRIPSI



Disusun oleh :

Aditya Lazar Usada

21.96.2519

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENCARIAN
DI *GOOGLE TRENDS***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aditya Lazar Usada

21.96.2519

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 23 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENCARIAN
DI GOOGLE TRENDS

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aditya Lazar Usada

21.96.2519

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 25 Juli 2025

Nama Penguji

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E., M.Hum.
NIK. 190302266

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302360

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Yogyakarta, 24 September 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Juli 2025



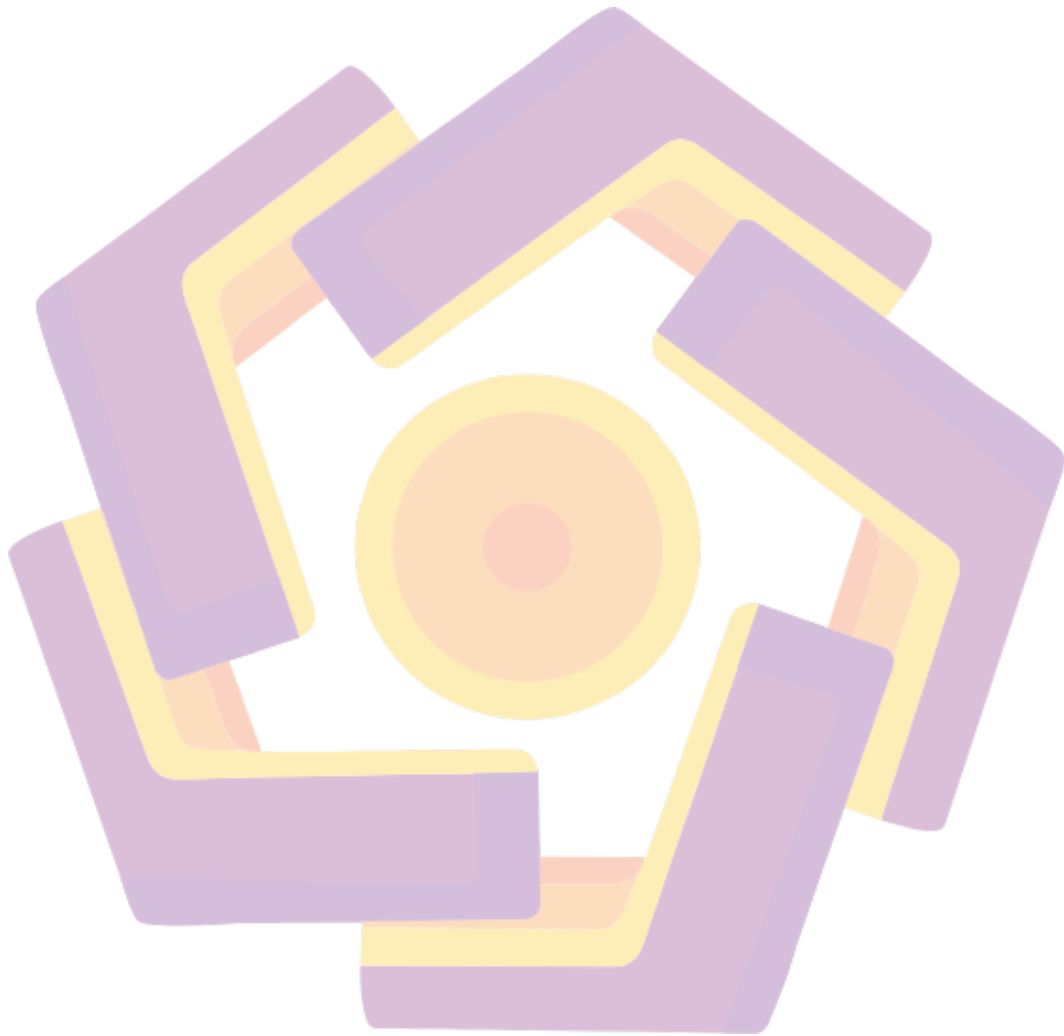
Aditya Lazar Usada

NIM 21.96.2519

MOTTO

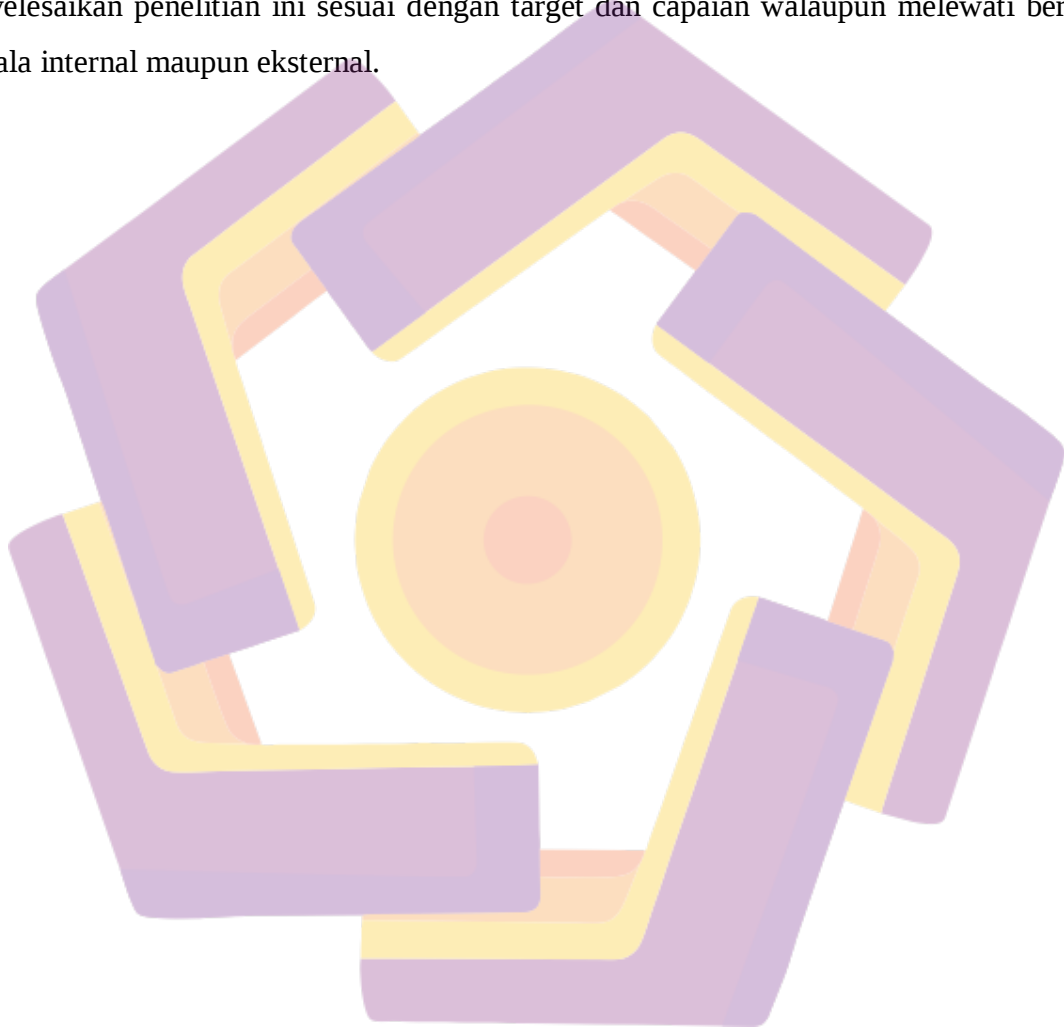
“Untuk dunia, cinta, dan kotornya – Nadin Amizah”

Aditya Lazar Usada - 2025



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Budi Usodo dan Ibu Tyas Ardi Virani yang telah membesarkan dan memfasilitasi saya hingga dapat menempuh perguruan tinggi dengan harapan dapat meningkatkan derajat orang tua serta kepada keluarga kecil saya walaupun berada di berbeda kota di Indonesia yang juga memberi dukungan selama pengerjaan skripsi ini. Terakhir, apresiasi kepada diri saya sendiri yang dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan target dan capaian walaupun melewati berbagai kendala internal maupun eksternal.



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Marketing Public Relations Universitas Amikom Yogyakarta dalam Menarik Minat Pencarian di Google Trends**” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam pengerjaannya, penulis mengalami beberapa kesulitan dan hambatan. Namun berkat izin Allah SWT, usaha, do’a, semangat, dan bimbingan serta dukungan yang penulis terima secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Riva Agusta, S.IP., M.A. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran.
5. Bapak Budi Usodo dan Ibu Tyas Ardi Virani sebagai orang tua kandung penulis yang telah memberikan dukungan baik secara material dan juga doa.
6. Refaldi Sava Usodo sebagai adik kandung penulis yang memberikan dukungan secara moral.
7. Keluarga besar penulis, yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Direktorat Kehumasan dan Urusan Internasional (DKUI) Universitas Amikom Yogyakarta yang telah menjadi tempat penelitian penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Citrasari Dwi Achika Wardani teman sedari SMP yang sama-sama berjuang di perantauan kebersamai dan memotivasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Isma Fadila teman kuliah penulis yang berjuang bersama di perantauan dan memotivasi penulis dalam proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
11. Teman – teman selama perkuliahan : Kiki, Aura, Rohim, Yuan, Dhana, Yoana, Bibah, Agung, Ahda, Hanny, Yusuf, Alfian, Okta, Ifan, Tia, Akbar, Aish, Yulia dan lain-lain, yang memberikan penulis semangat, doa, serta pengalaman yang sangat berharga selama perkuliahan.
12. Direktur dan seluruh staf DKUI, Pak Erik, Mba Devi, Bu Alfie, Mba Andra, Bu Rumini, Mba Puteri, Mba Ari, Mas Satya, Mas Fadya, serta teman-teman *student staff* yang telah memberikan semangat dan *support* kepada penulis.
13. Nadin Amizah, musisi dengan semua karyanya yang setia menemani dan memberikan perasaan tenang kepada penulis disaat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada diri saya sendiri, yang mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini hingga akhir walaupun melewati berbagai kendala internal maupun eksternal.

Penulis sangat menyadari skripsi yang dibuat ini masih perlu penyempurnaan dari berbagai macam aspek. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sekira dapat membantu untuk menyempurnakan skripsi yang telah penulis buat. Semoga semua ini menjadi rahmat serta manfaat dari Allah SWT kepada kita semua.

Yogyakarta, 10 Juli 2025

Penulis,

Aditya Lazar Usada

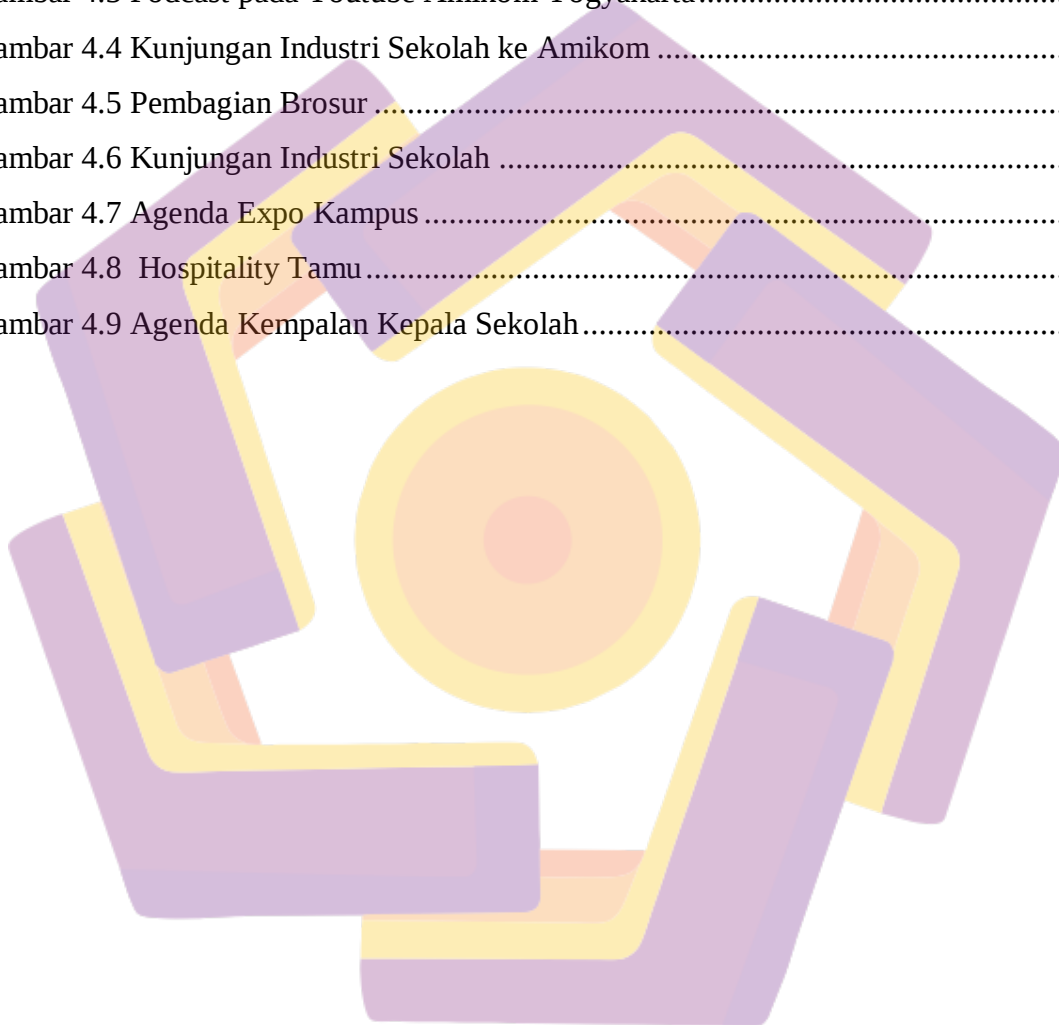
DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pengertian Strategi	13
2.2.2 Pengertian Marketing Public Relations	13
2.2.3 Push Strategy	16
2.2.4 Pull Strategy	16
2.2.5 Pass Strategy	17
2.2.6 Minat Pencarian	18
2.2.7 Google Trends.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Pendekatan Penelitian	21
3.3 Metode Penelitian	22
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.4.1 Subjek Penelitian.....	22
3.4.2 Objek Penelitian	23
3.5 Teknik Pengambilan Data	23
3.6 Waktu Penelitian.....	24
3.7 Teknik Analisis Data	24

3.7.1 Reduksi Data	24
3.7.2 Penyajian Data	24
3.7.3 Penarikan Kesimpulan	25
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Deskripsi Objek	27
4.2 Temuan Penelitian	28
4.2.1 Marketing Public Relations	28
4.2.2 Pull Strategy	31
4.2.3 Push Strategy	36
4.2.4 Pass Strategy	39
4.3 Pembahasan	41
4.3.1 Marketing Public Relations	42
4.3.2 Menarik Perhatian Masyarakat	45
4.3.3 Upaya Mendorong Ketertarikan Masyarakat	47
4.3.4 Membangun Citra Positif di Masyarakat	49
BAB V PENUTUP	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
5.2.1 Saran Akademis	53
5.2.2 Saran Praktis	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Jumlah Mahasiswa	2
Gambar 1.2 Grafik Pencarian Google Trends.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Struktur DKUI.....	28
Gambar 4.2 Baliho Universitas Amikom Yogyakarta.....	32
Gambar 4.3 Podcast pada Youtube Amikom Yogyakarta.....	33
Gambar 4.4 Kunjungan Industri Sekolah ke Amikom	34
Gambar 4.5 Pembagian Brosur	35
Gambar 4.6 Kunjungan Industri Sekolah	37
Gambar 4.7 Agenda Expo Kampus	39
Gambar 4.8 Hospitality Tamu	40
Gambar 4.9 Agenda Kempalan Kepala Sekolah.....	41



ABSTRAK

Dapat diketahui bahwa penerimaan mahasiswa baru mengalami penurunan, Universitas Amikom Yogyakarta sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) ternyata menduduki grafik yang cukup tinggi jika ditinjau pada *Google Trends*. Hal ini tentu berdampak pada ketertarikan masyarakat pada Universitas Amikom Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kehumasan yang dilakukan Amikom melalui Direktorat Kehumasan dan Urusan Internasional (DKUI) Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempertahankan dan meningkatkan grafik pencarian dalam *Google Trends*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Adapun teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan. Sedangkan keabsahan penelitian dilakukan dengan triangulasi metode dan sumber data. Hasil dari penelitian ini, DKUI menggunakan strategi *Marketing Public Relations* dengan teori *Three Ways Strategy* yaitu dengan *Pull Strategy*, *Push Strategy*, dan *Pass Strategy*.

Kata Kunci : Strategi Kehumasan, *Google Trends*, *Marketing Public Relations*, *Three Ways Strategy*, Penelitian Kualitatif

ABSTRACT

As we know that the acceptance rate of new students has decreased, Amikom University Yogyakarta as one of the Private Universities (PTS) has actually occupied a fairly high graph when viewed on Google Trends. This situation has an impact on public interest in Amikom University Yogyakarta. This study aims to find out the public relations strategy carried out by Amikom through the Directorate of Public Relations and International Affairs (DKUI) of Amikom University Yogyakarta in maintaining and increasing search graphs in Google Trends. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The paradigm used in this research is constructivism paradigm. The data collection technique used in this study was carried out using observation, interviews, and documentation. Data analysis in this study was carried out in three stages, namely (1) data reduction, (2) data presentation, and (3) drawing conclusions. While the validity of the study was carried out by triangulation of methods and data sources. The results of this study show that DKUI uses a Marketing Public Relations strategy with the Three Ways Strategy, namely with Pull Strategy, Push Strategy, and Pass Strategy.

Keyword : Public Relations Strategy, Google Trends, Marketing Public Relations, Three Ways Strategy, Qualitative Research