

**ANALISIS AISAS MODEL PADA STRATEGI PROMOSI  
DIGITAL LEMBAGA PROMOSI DAN PENERIMAAN  
MAHASISWA BARU (LPPMB) UNIVERSITAS PERADABAN  
DALAM MENARIK CALON MAHASISWA BARU  
TAHUN 2020-2021**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**



**Oleh:**

**Leony Agustine Wowor**

**43218015**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**BUMIAYU**

**2022**

**ANALISIS AISAS MODEL PADA STRATEGI PROMOSI  
DIGITAL LEMBAGA PROMOSI DAN PENERIMAAN  
MAHASISWA BARU (LPPMB) UNIVERSITAS PERADABAN  
DALAM MENARIK CALON MAHASISWA BARU  
TAHUN 2020-2021**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**



**Oleh:**

**Leony Agustine Wowor**

**43218015**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**BUMIAYU**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leony Agustine Wowor

NIM : 43218015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Analisis AISAS Model dalam Strategi Promosi Digital Lembaga Promosi dan  
Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban dalam  
Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2020-2021**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah milik orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Bumiayu, 18 September 2022

Sa  
an,



Leony Agustine Wowor

NIM. 43218015

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS MODEL AISAS PADA STRATEGI PROMOSI DIGITAL  
LEMBAGA PROMOSI DAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU  
(LPPMB) UNIVERSITAS PERADABAN DALAM MENARIK  
CALON MAHASISWA BARU TAHUN 2020-2021

Nama : Leony Agustine Wowor

NIM : 43218015

Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian pendadaran pada: Sabtu, 27 Agustus 2022, pukul: 10.30 s/d 12.30 WIB, bertempat di Ruang Rapat dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya Skripsi ini DITERIMA dan DISAHKAN pada: Minggu, 18 September 2022.

**Ery Fajarwaty P, S.S., M.A**

**NIDN. 0607038503**

Pembimbing



**Aswhar Anis, S.IP., M.Si**

**NIDN. 0607088201**

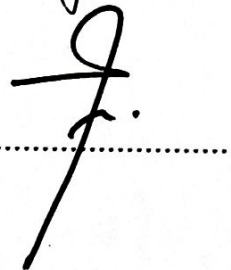
Penguji 1



**Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos**

**NIDN. 0624018903**

Penguji 2



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A**

**NIDN. 0618098902**

## **MOTTO**

*“Selesaikan dengan baik apa yang sudah dimulai.”*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. Karena telah memberikan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis AISAS Model pada Strategi Promosi Digital Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2020-2021”. Penelitian ini dapat terselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kesalahan maupun kekeliruan dalam skripsi yang telah disusun ini. Oleh karena peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti akan dengan senang hati menerima saran serta kritik yang membangun dari semua pihak. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, terutama keluarga besar program studi Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Bumiayu, 18 September 2022

Leony Agustine Wowor  
NIM. 43218015

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan, bantuan, do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga besar peneliti, ada Bunda Sadiyah, Bapak Waryono, Omah Ite, Uwa Eneng, Ocha dan berbagai pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Terima kasih atas do'a dan dukungannya sehingga membuat peneliti kuat dan mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si selaku Rektor Universitas Peradaban dan informan dalam penelitian ini.
3. Bapak Adnan Yusufi, M.Pd.I selaku Ketua Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban yang telah bersedia menjadi informan utama dalam penelitian ini.
4. Staff LPPMB Universitas Peradaban yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih telah bersedia untuk menjadi informan dan membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
5. Purek III Universitas Peradaban, Ibu Dede Nurdiawati, M.Pd serta Direktur Kemahasiswaan dan *Tracer Study*, Bapak Agung Prayogi, M.Ak., yang telah membantu peneliti untuk melengkapi data penelitian.
6. Bapak Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.
7. Bapak Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban sekaligus dosen penguji kedua yang selalu memberikan dukungan, dorongan, hingga kesempatan dalam menyusun skripsi ini.
8. Ibu Ery Fajarwaty P, S.S., M.A selaku dosen pembimbing dan ketua Komisi Tugas Akhir (KTA) yang telah memberikan arahan kepada peneliti dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini dengan segala kesabaran dan dukungan .

9. Bapak Aswhar Anis, S.IP., M.Si selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan arahan dan kesempatan kepada peneliti dalam menyempurnakan skripsi ini.
10. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan.
11. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018, kakak tingkat dan adik tingkat Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban yang telah memberikan bantuan, dukungan dan do'a kepada peneliti sehingga peneliti mampu melewati masa-masa tersulit.
13. Kawan-kawan dari berbagai lintas jurusan Universitas Peradaban dan lintas kampus yang telah memberikan bantuan, dukungan dan mendo'akan peneliti hingga sampai di titik ini.
14. Kawan-kawan peneliti dari berbagai kalangan yang telah mendukung dan memberikan semangat serta energi positifnya untuk peneliti melewati masa-masa sulit dan berbagi kebahagiaan dengan hal-hal yang sederhana namun bermakna.
15. Seluruh keluarga besar PT Watu Jaya Bersama yang telah mendukung dan mendo'akan peneliti dari awal perkuliahan hingga sampai di titik ini. Karena rasa welas asih dari mereka yang membuat peneliti bisa menyelesaikan perkuliahan peneliti dengan baik.
16. Kamu yang namanya tidak bisa peneliti tuliskan di sini, terima kasih sudah mendukung, mendo'akan dan menemani peneliti sampai sejauh ini.

Demikianlah ucapan terima kasih yang peneliti sampaikan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti pun berbalik berkali-kali lipat kepada mereka atas izin Allah SWT.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat teoretis .....	10
1.4.2 Manfaat praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI DAN KONSEP .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.2 Kerangka Teori .....	18
2.2.1 AISAS model .....	18
2.2.2 Strategi .....	22
2.2.3 Promosi .....	23
2.2.4 Strategi promosi .....	24
2.2.5 Digital .....	25
2.2.6 Promosi Digital .....	28
2.2.7 Strategi promosi digital .....	29
2.3 Kerangka Konsep .....	30

2.3.1 Lembaga pendidikan .....	30
2.3.2 Perguruan tinggi .....	30
2.3.3 Manajemen perguruan tinggi .....	32
2.3.4 Strategi pemasaran perguruan tinggi .....	33
2.4 Kerangka Berpikir .....	37
BAB III CARA PENELITIAN .....	38
3.1 Pendekatan Penelitian .....	38
3.2 Jenis dan Metode Penelitian .....	39
3.3 Lokasi Penelitian .....	39
3.4 Teknik Pengambilan Informan .....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Wawancara .....	40
3.5.2 Observasi .....	41
3.5.3 Studi dokumentasi .....	41
3.6 Sumber Data .....	42
3.6.1 Sumber data primer .....	42
3.6.2 Sumber data sekunder .....	42
3.7 Uji Keabsahan Data .....	42
3.8 Teknik Analisis Data .....	43
3.8.1 Reduksi data .....	43
3.8.2 Penyajian data .....	44
3.8.3 Penarikan kesimpulan .....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran umum Universitas Peradaban .....	46
4.1.2 Gambaran umum LPPMB Universitas Peradaban .....	50
4.2 Aktivitas Promosi LPPMB Universitas Peradaban .....	62
4.2.1 Promosi konvensional LPPMB Universitas Peradaban .....	62
4.2.2 Promosi digital LPPMB Universitas Peradaban .....	64
4.3 Analisis Data Penelitian .....	71
4.3.1 Attention .....	72
4.3.2 Interest .....	80

4.3.3 Search .....	83
4.3.4 Action .....	86
4.3.5 Share .....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa Baru Universitas Peradaban Tahun 2018-2021 .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1 Daftar Narasumber .....	45
Tabel 4.2 Fakultas dan Program Studi Universitas Peradaban .....	49
Tabel 4.3 Sumber Informasi yang Diperoleh Calon Mahasiswa Baru Universitas Peradaban Tahun 2021 .....	77
Tabel 4.4 Jumlah Calon Mahasiswa Baru Universitas Peradaban .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022 .....	2
Gambar 1.2 Alasan Utama Menggunakan Internet .....	3
Gambar 1.3 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Bagan Alur Berpikir .....	37
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Universitas Peradaban .....	49
Gambar 4.2 Koran Digital Satelitnews.co .....	51
Gambar 4.3 Koran Digital Brebesnews .....	52
Gambar 4.4 <i>E-brosur</i> Universitas Peradaban .....	52
Gambar 4.5 Bagan Struktur Organisasi LPPMB Universitas Peradaban .....	58
Gambar 4.6 Kegiatan Sosialisasi di Instansi Pendidikan .....	63
Gambar 4.7 Spanduk Universitas Peradaban .....	63
Gambar 4.8 Baliho Universitas Peradaban .....	63
Gambar 4.9 Penyebaran Brosur Universitas Peradaban .....	64
Gambar 4.10 <i>E-brosur</i> Universitas Peradaban .....	65
Gambar 4.11 Aplikasi <i>Whatsapp Blast</i> CERDAS .....	67
Gambar 4.12 Facebook Universitas Peradaban .....	68
Gambar 4.13 Postingan Akun Instagram @peradaban_university .....	70
Gambar 4.14 <i>Feed</i> Akun Instagram @peradaban_university .....	70
Gambar 4.15 Iklan Promosi Youtube .....	71
Gambar 4.16 Pesan Melalui <i>Blasting Whatsapp</i> .....	73
Gambar 4.17 Stiker Whatsapp LPPMB .....	74
Gambar 4.18 Konten di Instagram .....	75
Gambar 4.19 Konten di Facebook .....	76
Gambar 4.20 Konten di Youtube .....	77
Gambar 4.21 Diagram Sumber Informasi Promosi yang Diperoleh Mahasiswa Baru Universitas Peradaban Tahun 2021 .....	78
Gambar 4.22 Diagram Jenis Komunikasi Pro-Agent Universitas Peradaban .....	79
Gambar 4.23 Poster Digital Universitas Peradaban .....	81
Gambar 4.24 Diagram Persentase Media Sosial yang Menjadi Sumber Informasi Promosi Universitas Peradaban .....	82
Gambar 4.25 Diagram Alasan Mendaftar di Universitas Peradaban .....	83

Gambar 4.26 Tahap <i>Search</i> di <i>Whatsapp</i> .....	85
Gambar 4.27 Tahap <i>Search</i> di <i>Instagram</i> .....	85
Gambar 4.28 Pelayanan calon mahasiswa baru di Kesekretariatan Universitas Peradaban .....	86
Gambar 4.29 Diagram Aktivitas Mahasiswa Membagikan Informasi Universitas Peradaban .....	88
Gambar 4.30 Diagram Media Sosial yang Digunakan .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian .....	96
Lampiran 2 Data Jumlah Mahasiswa Baru Universitas Peradaban Tahun 2018-2021 .....	97
Lampiran 3 Data Jumlah Calon Mahasiswa Baru Berdasarkan Registrasi dan Herregistrasi Tahun 2018-2021 .....	98
Lampiran 4 Data Sumber Informasi yang Diperoleh Calon Mahasiswa Baru Universitas Peradaban Tahun 2018-2021 .....	99
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara .....	100
Lampiran 6 Hasil Wawancara Narasumber 1 .....	103
Lampiran 7 Hasil Wawancara Narasumber 2 .....	105
Lampiran 8 Hasil Wawancara Narasumber 3 .....	106
Lampiran 9 Hasil Wawancara Narasumber 4 .....	107
Lampiran 10 Hasil Wawancara Narasumber 5 .....	108

## INTISARI

Penelitian ini berjudul Analisis AISAS Model pada Strategi Promosi Digital Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2020-2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami strategi promosi digital Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban dalam menarik calon mahasiswa baru tahun 2020-2021 menurut AISAS model. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan objek penelitiannya, yaitu Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban yang beralamat di Jalan Raya Pagojengan Km 3 Paguyangan, Brebes, Jawa Tengah. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi yang kemudian diuji keabsahannya dengan triangulasi teknik.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa strategi promosi digital Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) Universitas Peradaban dalam menarik calon mahasiswa baru tahun 2020-2021 sudah meliputi 5 (lima) tahapan dari AISAS model, yaitu *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share*. Tahap *attention* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial (*Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook* dan *Youtube*) dengan membuat konten seperti pesan teks, poster digital, foto dan video. Tahap *interest* dengan membuat *design* konten media sosial yang menarik dan juga menawarkan produk berupa program beasiswa. Tahap *search* terjadi saat audiens bertanya melalui media sosial dan juga bertemu langsung dengan *sosi* atau *front office*. Tahap *action* dilihat dari data mahasiswa baru Universitas Peradaban tahun 2021 yang melakukan registrasi dan tahap *share* terjadi saat mahasiswa Universitas Peradaban angkatan tahun 2021 membagikan informasi seputar promosi Universitas Peradaban melalui media sosial.

**Kata Kunci : AISAS, Strategi Promosi, Promosi Digital, Mahasiswa Baru**



## **ABSTRACT**

*This research is entitled "AISAS Model Analysis of Digital Promotion Strategy of Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) of Peradaban University in attracting new students in year 2020-2021". The purpose of this research is to understand the digital promotion strategy of Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) of Peradaban University in attracting new students in year 2020-2021 by AISAS model. This type of research is a descriptive with a qualitative approach and object of research that of Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) of Peradaban University, located on Pagojengan 3 KM Paguyangan, Brebes, Central Java. Data collection methods through interviews, observation and documentary studies which then tested its validity by technical triangulation.*

*Research has found that the digital promotion strategy of Lembaga Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru (LPPMB) of Peradaban University in attracting new students in year 2020-2021 already includes 5 (five) stages of attention, interest, search, action and share. The attention phase is done by using social media (Whatsapp, Instagram, Facebook and Youtube) by creating content such as text messages, digital posters, photos and videos. The interest phase with interesting social media design and also offered the product of a scholarship program. The search phase occurred when audiences asked through social media and also met directly with customer service or the front office. The action phase from the data of new students 2021 of Peradaban University that did the registration and the phase share occurred when students of Peradaban University in 2021 shared information about the promotion of Peradaban University through social media.*

**Keywords: AISAS, Promotion Strategy, Digital Promotion, New Student**