

**PROMOSI DALAM MENUMBUHKAN MINAT PENDAFTAR**

**DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Sosialisasi Kampus oleh Keluarga Mahasiswa  
Banjarnegara)



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh**

**Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
oleh:  
Reyhan Ahmad Khairullah  
YOGYAKARTA

NIM. 15730128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Reyhan Ahmad Khairullah

Nomor Induk : 15730128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 April 2022 Yang  
menyatakan,



Reyhan Ahmad Khairullah  
NIM. 15730128



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan**  
**Humaniora UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Reyhan Ahmad Khairullah  
NIM : 15730128  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**PROMOSI UNTUK MENUMBUHKAN MINAT PENDAFTAR DI UNIVERSITAS**  
**ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Sosialisasi Kampus oleh Keluarga**  
**Mahasiswa Banjarnegara)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 22 April  
2022

**Pembimbing**

  
**Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si**  
NIP. 196108161992032003



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI SUNAN KALIJAGA FAKULTAS ILMU  
SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-494/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul :PROMOSI UNTUK MENUMBUHKAN MINAT PENDAFTAR DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Sosialisasi Kampus oleh Keluarga Mahasiswa Banjarnegara)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : REYHAN AHMAD KHAIRULLAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 15730128  
Telah diujikan pada : Kamis, 19 Mei 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



**Ketua Sidang**

**Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.  
SIGNED**

Valid ID:  
62af33e5533f0



**Penguji I**

**Drs. Siantari Rihartono, M.Si  
SIGNED**

Valid ID:  
62aed6b3662fa



**Penguji II**

**Achmad Zuhri, M.I.Kom.  
SIGNED**

Valid ID:  
62aebdb2d0a93



**Yogyakarta, 19 Mei 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED**

Valid ID: 62b1ea6c27cf5

## MOTTO

“Jika dalam perjalanan hati dan pikiranmu lelah maka istirahatlah, karena istirahat adalah bagian  
dalam perjalanan



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK ALMAMATER ILMU  
KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah segala puji dan syukur hanya untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Promosi Dalam Menumbuhkan Minat Pendaftar Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga”. Penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi tugas akhir sarjana starta satu pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan atau bimbingan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan sepuh hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik S.Sos, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga, pemikiran, serta pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku penguji 1 yang telah membimbing dan memberi masukan hingga skripsi ini tersusun.

5. Bapak Achmad Zuhri, M.I.Kom., selaku penguji 2 yang memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat tersusun
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang banyak membantu selama proses kuliah.
7. Ibu tercinta. Terimakasih karena selalu memberikan dukungan moral dan material dan selalu berusaha memberikan yang terbaik.
8. Adik tercinta Mohammad Vito yang juga memberikan masukan selama proses penulisan skripsi ini dan mendengarkan keluh kesahku.
9. Teman-teman seperjuangan kuliah yang juga memberikan masukan dan hiburan saat penulis sedang kebingungan.
10. Para Anggota Keluarga Mahasiswa Banjarnegara UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu dalam proses pengumpulan data.
11. Semua pihak yang bersangkutan yang Namanya tidak tertulis disini.

Terimakasih atas semua dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 22 April 2022

Peneliti



Reyhan Ahmad Khairullah

NIM. 15730128

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7

C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	8
E. Tinjauan Pustaka .....	8
F. Landasan Teori .....	12
1. Komunikasi Pemasaran .....	12
2. Promosi .....	13
3. Minat .....	16
G. Kerangka Pemikiran .....	20
H. Metodologi Penelitian .....	21
1. Metode Penelitian .....	21
2. Lokasi Penelitian .....	21
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	21
4. Teknik Pengumpulan Data .....	22
5. Analisis Data .....	24
6. Keabsahan Data .....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>27</b>
A. Sejarah Keluarga Mahasiswa Banjarnegara .....	27
1. Anggaran Dasar (AD) .....	28
2. Anggaran Rumah Tangga (ART) .....	29

3. Garis-garis Besar Haluan Organisasi (GBHO) .....	29
4. Garis-garis Besar Haluan Kerja (GBHK) .....	29
B. Profil .....	32
1. Divisi dan Anggota .....	32
2. Logo .....	35
3. Kegiatan .....	36
C. Sosialisasi Kampus .....	44
D. Profil Informan .....	48
<b>BAB III PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
A. Memberikan Informasi dalam Menumbuhkan Minat .....	54
B. Membujuk dan Mempengaruhi dalam Menumbuhkan Minat .....	63
C. Menciptakan Kesan dalam Menumbuhkan Minat .....	72
D. Promosi Merupakan Suatu Alat Mencapai Tujuan dalam Menumbuhkan Minat.....	80
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>86</b>
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tinjauan Pustaka.....	11
Tabel 2 : Program Kerja Divisi Pengaderan .....	36
Tabel 3 : Program Kerja Divisi Hubungan Masyarakat.....	38
Tabel 4 : Program Kerja Divisi Intelektial dan Keagamaan .....	40
Tabel 5 : Program Kerja Divisi Bakat dan Minat .....	42



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kembara memberikan informasi .....	61
Gambar 2 : Kembara memberikan Informasi.....	62
Gambar 3 : Grup WhatsApp calon mahasiswa .....	70
Gambar 4 : Penggunaan WhatsApp untuk membujuk dan mempengaruhi .....	71
Gambar 5 : Kembara mengakrabkan diri dengan siswa-siswi .....	78
Gambar 6 : Kembara berfoto bersama dengan siswa-siswi .....	79



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : *Interview Guide*

Lampiran 2 : *Curriculum Vitae*



## **ABSTRACT**

*Islamic National University of Sunan Kalijaga Yogyakarta is one of the Islamic universities in Indonesia. Many students come from various cities, even outside the island. An example is the city of Banjarnegara. Promotion from regional student organizations is one of the reasons the university was chosen by students. Kembara is one of the regional student organizations that provides university information and promotions to high school students and the equivalent.*

*This research used a qualitative descriptive method, in collecting data through observation, interviews and utilizing similar research that already exists. Based on the results of the research, they succeeded in providing information, persuading and influencing, giving an impression, becoming a tool to achieve goals in growing the interest of applicants at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

*Keywords: promotion, registrant interest, regional student organizations*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pendidikan tinggi bagi beberapa orang masih dipandang bukan hal yang penting. Sebab dalam mencapai kesuksesan, gelar tidaklah menentukan apabila tidak ada kerja keras dan semangat juang yang tinggi. Meskipun demikian, dalam pandangan masyarakat yang lainnya menganggap sarjana dipandang lebih baik karena ilmu yang dimiliki dan penerapannya dalam lingkungan sosial masyarakat maupun lingkungan kerja. Itulah alasan yang melatarbelakangi alasan mengapa banyak orang memilih melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dengan masuk perguruan tinggi atau universitas.

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan yang tertinggi dalam sistem pendidikan nasional di semua negara. Menurut UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 19 Ayat 1 menyatakan bahwa :

“Perguruan tinggi merupakan jenjang tinggi pendidikan setelah pendidikan menengah mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.”

Adapun perguruan tinggi sendiri memiliki fungsi sebagai sarana pengembangan potensi peserta didik agar memiliki kompetensi yang handal dan menguasai keilmuan-keilmuan yang telah dipelajari. Seiring perkembangan waktu, mulai muncul universitas atau perguruan tinggi yang

berkualitas. Salah satu universitas yang memiliki akreditasi sangat baik adalah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

UIN Sunan Kalijaga atau yang sering disingkat UIN Suka, adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) pertama di Indonesia. Nama UIN Sunan Kalijaga diambil dari salah satu kelompok penyebar agama Islam di Jawa, Walisongo yaitu Sunan Kalijaga. Sebelum dikenal dengan nama UIN, pada tahun 1960 tepatnya pada tanggal 24 Agustus, IAIN Al-Jami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah diresmikan menjadi PTAIN pertama di Indonesia. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional dan Menteri Agama Nomor 01/0/SKB/2004 dan Nomor ND/B.V/I/Hk.001/058/04 Tanggal 23 Januari 2004 yang diperkuat lagi dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 50 tahun 2004 Tanggal 21 Juni 2004, IAIN resmi diubah menjadi UIN Sunan Kalijaga.

Menurut [banpt.or.id](http://banpt.or.id) UIN Sunan Kalijaga menduduki posisi pertama dalam urutan PTAIN terbaik di Indonesia dan memiliki akreditasi institusi dengan predikat A. Hingga saat ini UIN Suka memiliki 8 fakultas dan 52 program studi yang telah terakreditasi. 34 berakreditasi A dan 18 berakreditasi B. Pada saat ini UIN Suka memiliki 20.571 mahasiswa aktif, seperti yang dilansir oleh [forlap.ristekdikti.go.id](http://forlap.ristekdikti.go.id). Dalam [uin-suka.ac.id](http://uin-suka.ac.id), pada tahun 2019 calon mahasiswa yang mendaftar pada semua jalur masuk ke UIN Sunan Kalijaga berjumlah 103.271. Dari sekian banyak pendaftar, beberapa dari mereka merupakan siswa yang berasal dari Kabupaten Banjarnegara, Jawa

Tengah. Memiliki predikat A berarti UIN Sunan Kalijaga merupakan universitas yang patut dipertimbangkan untuk menjadi tujuan utama melanjutkan studi setelah menempuh sekolah menengah atas.

Umumnya siswa yang telah lulus SMA atau sederajat akan melanjutkan studi pendidikan yang lebih tinggi, meskipun banyak dari mereka yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia (Kemendikbud) dalam situs resminya menyebutkan bahwa Kabupaten Banjarnegara memiliki 13 SMA dan 25 SMK. Meskipun tidak semua wilayah di kecamatan memiliki SMA maupun SMK. Dari 38 sekolah menengah yang ada, pada tahun 2017 telah meluluskan siswa sebanyak 24.572 orang.

Dalam situs resmi UIN Sunan Kalijaga, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. H. Sutrisno, M. Ag., memaparkan bahwa pada tahun 2017 jumlah pendaftar mahasiswa baru di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berkisar 30.000 orang. Sedangkan pada tahun 2018 mencapai kisaran 40.000 orang. Dari 30.000 pendaftar mahasiswa baru yang terdata di Admisi UIN Sunan Kalijaga hanya 3.662 mahasiswa baru yang diterima di UIN Sunan Kalijaga. Sedangkan data yang didapat dari Keluarga Mahasiswa Banjarnegara mengenai mahasiswa baru yang berasal dari Banjarnegara hanya berjumlah hanya 36 orang. Dengan jumlah yang terbilang sedikit, timbul keresahan dengan sedikitnya mahasiswa yang masuk sehingga Keluarga Mahasiswa Banjarnegara memiliki gagasan

untuk membuat sebuah program kerja yang bertujuan untuk mempromosikan UIN Sunan Kalijaga dengan datang langsung ke sekolah-sekolah di Banjarnegara. Dengan harapan agar para calon mahasiswa memiliki minat untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru di UIN Sunan Kalijaga.

Keluarga Mahasiswa Banjarnegara atau yang dapat disingkat Kembara merupakan sebuah organisasi mahasiswa daerah (ormada). Didirikan pada tahun 2004 di UIN Sunan Kalijaga dan dipelopori oleh mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari Banjarnegara. Selama 16 tahun berdiri hingga saat ini, Kembara tetap aktif sebagai wadah bagi mahasiswa untuk berkarya dan berbakti pada tanah kelahiran. Setiap tahun rutin diadakan *open recruitment* mahasiswa baru untuk menjadi bagian dari keluarga Kembara. Setelah diadakan pendataan anggota baru, malam keakraban akan dilaksanakan sebagai ajang perkenalan antara anggota lama dan anggota baru. Pada tahun ini kurang lebih ada 60 mahasiswa yang menjadi anggota aktif menurut data dari Pengurus Kembara periode 2019/2020.

Setiap anggota aktif Kembara diwajibkan mengikuti serangkaian program kerja yang telah disepakati bersama dalam sebuah Rapat Kerja Tahunan. Hasil rapat ini dilakukan untuk memajukan Kembara dan menetapkan target organisasi. Program kerja dalam Kembara dibuat untuk anggota kembara. Dalam setiap satu periode kepengurusan sebelum memulai sebuah program kerja, akan dilaksanakan sebuah rapat kerja untuk menentukan program kerja dan terget yang akan dicapai dalam satu tahun kepengurusan.

Berbeda kepengurusan berbeda juga program kerja yang ditetapkan. Tetapi ada beberapa program kerja yang harus ada disetiap kepengurusan, contohnya *open recruitment* dan ulang tahun organisasi atau yang biasa disebut Milad Kembara. Gagasan program kerja yang dibahas di dalam rapat kerja berangkat dari keresahan yang dirasakan dari permasalahan-permasalahan organisasi yang berlangsung selama satu periode kepengurusan sebelumnya. Harapannya agar permasalahan-permasalahan tersebut tidak terulang kembali. Sosialisasi Kampus merupakan salah satu program kerja yang ditetapkan dari hasil evaluasi kepengurusan tahun sebelumnya.

Dari tahun ke tahun anggota Kembara memang semakin meningkat. Namun pada tahun 2016 sempat mengalami penurunan jumlah anggota yang masuk dikarenakan sedikitnya mahasiswa Banjarnegara yang diterima di UIN. Untuk menanggulangi hal tersebut pada tahun 2017 dibentuklah sebuah program kerja yang bernama Sosialisasi Kampus (Soskam). Tujuan dari program tersebut adalah agar para siswa di Banjarnegara mengetahui tentang UIN Sunan Kalijaga dan mereka memiliki minat untuk mendaftar.

Pada awal program tersebut dijalankan Kembara membuat surat yang ditujukan kepada Admisi tentang pengadaan brosur mengenai UIN Sunan Kalijaga sebagai alat bantu melakukan promosi. Kembara melakukan promosi tentang UIN ke sekolah-sekolah dengan tujuan memberi informasi kepada para calon mahasiswa tentang bagaimana UIN Sunan Kalijaga sekaligus memperkenalkan Kembara. Dengan cara bercerita dan diakhiri dengan

pertanyaan dari audien, promosi yang dilakukan oleh Kembara dikemas dengan sedemikian rupa agar tidak monoton dan membosankan, tetapi tidak terlepas dari tujuan awal promosi.

Dengan berbekal pengalaman selama merantau di Yogyakarta dan pengalaman berada di bangku kuliah, para anggota Kembara membagikan informasi bagaimana keluh kesah dan apa saja yang didapat di perguruan tinggi. Tidak lupa dengan penjelasan tentang UIN secara keseluruhan dari fakultas dan program studi yang dimiliki oleh UIN. Menurut Ketua Kembara, Soskam dapat menjadi ajang para anggota Kembara berlatih kemampuan berbicara secara langsung di depan banyak audiens dan sekaligus mengasah kepercayaan diri mereka. Itu semua dikarenakan Tidak semua anggota Kembara memiliki kemampuan berbicara di depan khalayak dengan baik.

Menyampaikan promosi atau sebuah informasi merupakan sebuah kebaikan. Keutamaan seorang muslim adalah mengajarkan ilmu yang didapatnya kepada orang lain. Diriwayatkan dalam salah satu hadits, oleh Imam Bukhori, dari Abdullah bin 'Amr radhiyallohu ta'ala 'anhu bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)

Betapa pentingnya membagikan berita dan informasi kepada orang lain, sehingga dapat menjadi kebaikan yang ditebarkan kepada orang yang

membutuhkan, dengan menyampaikan informasi kepada audience atau sasaran tertentu maka fungsi dari promosi dapat dikembangkan ketika melakukan kegiatan sosialisasi sebagai bentuk dari penerapan hadis ini. Dengan adanya fenomena sedikitnya mahasiswa yang diterima di UIN Sunan Kalijaga dan adanya sebuah program Sosialisasi Kampus milik Kembara peneliti tertarik meneliti fenomena tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti program kerja Sosialisasi Kampus Keluarga Mahasiswa Banjarnegara dengan judul “Promosi Dalam Menumbuhkan Minat Mendaftar di UIN Sunan Kalijaga”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana promosi program Sosialisasi Kampus Keluarga Mahasiswa Banjarnegara dalam menumbuhkan minat mendaftar di UIN Sunan Kalijaga ?”.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui promosi Sosialisasi Kampus dalam menumbuhkan minat mendaftar siswa Banjarnegara di UIN Sunan Kalijaga.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

### 1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian selanjutnya di bidang yang sama. Serta dapat memberikan kontribusi dan pengetahuan bagi bidang Ilmu Komunikasi.

### 2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat khususnya penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi yang mengacu pada bagaimana komunikasi berpengaruh terhadap minat seseorang.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam sebuah penelitian tentu saja dibutuhkan apa yang disebut dengan telaah atau tinjauan pustaka, di mana tinjauan pustaka ini dibutuhkan untuk mengetahui perbandingan penelitian yang diteliti dengan penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya. Telaah pustaka yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian yang relevan dengan apa yang diteliti.

Penelitian pertama dilakukan oleh Fathur Rohman mahasiswa S2 dalam tesis yang berjudul “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pesantren” tahun 2015. Dalam tesis tersebut peneliti membahas tentang strategi promosi dalam meningkatkan partisipasi

masyarakat berpendidikan di pesantren Tahfidzul Qur'an Manggis, keberhasilan strategi promosi, serta faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi promosi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat berpendidikan di pesantren Tahfidzul Qur'an Manggis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan analisis data. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama meneliti sebuah promosi dalam lembaga pendidikan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dalam penelitian ini meneliti strategi promosi sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan hanyalah promosi.

Kedua, dalam jurnal berjudul "Promosi Universitas Swasta dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru" yang dilakukan oleh Itsna Nurhayati dan Andi Mulyadi, Dosen Universitas Muhammadiyah Sukabumi pada tahun 2017. Dalam penelitian ini membahas tentang promosi yang diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Sukabumi berdampak pada peningkatan jumlah pendaftar yang telah melakukan registrasi ke Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pada penelitian ini sama-sama menggunakan promosi sebagai variabel dalam melakukan penelitian sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini meneliti pendaftar yang melakukan registrasi sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan meneliti timbulnya minat daftar.

Ketiga, dalam jurnal berjudul “Analisis Bauran Promosi dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru di FKIP UHAMKA Jakarta” yang dilakukan oleh Sri AStudi M.Pd dosen Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka pada tahun 2015. Penelitian ini membahas tentang analisis bauran promosi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di FKIP UHAMKA. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan analisis data. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan promosi sebagai variable dalam melakukan penelitian, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan mix promotion atau baruan penelitian sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan hanyalah promosi saja.



Tabel 1  
Tijuan Pustaka

No	Judul	Nama	Sumber	Persamaan	Perbedaan
1	Strategi Promosi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pesantren	Fathur Rohman	Tesis, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Ilmu Agama Islam Program Studi Pendidikan Islam	Sama-sama meneliti sebuah promosi dalam lembaga pendidikan	Penelitian ini meneliti strategi promosi sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan hanyalah promosi
2	Promosi Universitas Swasta dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru	Itsna Nurhayati Andi Mulyadi	Jurnal, Dosen Universitas Muhammadiyah Sukabumi	Sama-sama menggunakan promosi sebagai variable dalam melakukan penelitian	Penelitian ini meneliti pendaftar yang melakukan regristrasi sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan meneliti timbulnya minat daftar
3	Analisis Bauran Promosi dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru di FKIP UHAMKA Jakarta	Sri AStudi M.Pd	Jurnal, Dosen Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka	Sama-sama menggunakan promosi sebagai variable dalam melakukan peneliti	Penelitian ini menggunakan mix promotion atau baruan penelitian sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan hanyalah promosi saja

## **F. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi Pemasaran**

Komunikasi merupakan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam Deddy Mulyana (2008: 65-69), Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai “proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih,” sedangkan Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi (antarbudaya) sebagai “proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang (dari budaya yang berbeda).” Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol-kata-kata, gambar figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi. Sementara menurut Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan perkembangan masyarakat yang makin kompleks dan global (postmodern), sehingga kebutuhan yang multisektoral ini mendorong lahirnya spesialisasi baru dalam studi ilmu komunikasi, misalnya komunikasi antar budaya, komunikasi organisasi, komunikasi pembangunan, komunikasi pemasaran, komunikasi kesehatan, komunikasi politik, teknologi komunikasi, komunikasi pendidikan, komunikasi internasional, dan sebagainya. Kehadiran spesialisasi baru ini dapat member sumbangsih terhadap pertumbuhan metodologi dan teori dalam

memperkokoh eksistensi ilmu komunikasi sebagai kajian ilmiah yang sejajar dengan ilmu-ilmu lainnya.

Menurut Kotler (2016: 172) Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merk yang mereka jual. Menurut Sutisna (2012: 267) komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik, terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk-produk di pasar.

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pemasar. Tanpa komunikasi, konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Menurut Tjiptono (2011: 387) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun kualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan tertarik membelinya.

## 2. Promosi

Promosi sendiri berasal dari bahasa inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Promosi adalah kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk

menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta meningkatkan para konsumen agar tidak lupa tentang produk. Sementara bagi konsumen, pengetahuan promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Swastha (2008: 222) mengemukakan bahwa promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut Tjiptono (2011: 219), Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Promosi tidak hanya sekadar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi mampu menciptakan suasana/keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk. Menurut Basu Swastha (2008: 245-246), tujuan dan fungsi promosi adalah sebagai berikut:

a. Memberikan Informasi

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik

tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.

b. Membujuk dan mempengaruhi

Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.

c. Menciptakan Kesan (*Image*)

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi periklanan (*advertising*) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

d. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

### 3. Minat

Pengertian minat menurut bahasa (etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Secara (terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat secara etimologi berasal dari bahasa Inggris “*interest*” yang artinya kesukaan, perhatian (kecenderungan hati pada sesuatu), keinginan. Menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat (Pratiwi, 2015: 14).

Minat bisa timbul karena adanya dorongan dari diri sendiri. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa minat itu adalah sikap atau perasaan senang terhadap sesuatu yang diinginkannya. Jika seorang pelajar senang terhadap sesuatu, pelajar tersebut akan berusaha secara terus menerus untuk mendapatkannya. Minat merupakan kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. (Siringoringo dkk, 2019: 2)

Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Minat memiliki sifat pribadi (individu), setiap orang memiliki minat yang berbeda dengan minat orang lain. Minat berhubungan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari, dan dapat berubah-

ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, serta mode yang sedang trend.

Dari pengertian minat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat bukanlah sesuatu yang statis (tetap), tetapi dinamis (berubah-ubah) dan mengalami pasang surut. Minat bukanlah sesuatu yang diperoleh dari saat manusia lahir, tetapi minat adalah sesuatu yang dapat dipelajari. Sesuatu yang sebelumnya tidak diminati, dapat berubah menjadi diminati karena adanya tambahan informasi atau wawasan baru serta pola pemikiran yang baru.

Sedangkan menurut Bimo Walgito (2010) minat adalah suatu keadaan diaman seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih jauh lagi apa yang mereka dapat dan mereka pelajari.

Karakteristik minat menurut Bimo Walgito (2010);

- a. Menimbulkan sikap positif terhadap sesuatu objek.
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek itu.
- c. Mengandung sesuatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Reber dalam Soraya (2015) antara lain:

- a. Faktor Internal

Faktor Internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

b. Faktor Eksternal

Factor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan.

Crow and Crow dalam Soraya (2015), menyebutkan ada tiga aspek minat pada diri seseorang, yaitu :

- a. Dorongan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai penggerak untuk melakukan sesuatu.
- b. Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan posisi individu dalam lingkungan.
- c. Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan/aktivitas yang dilakukannya.

Faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang :

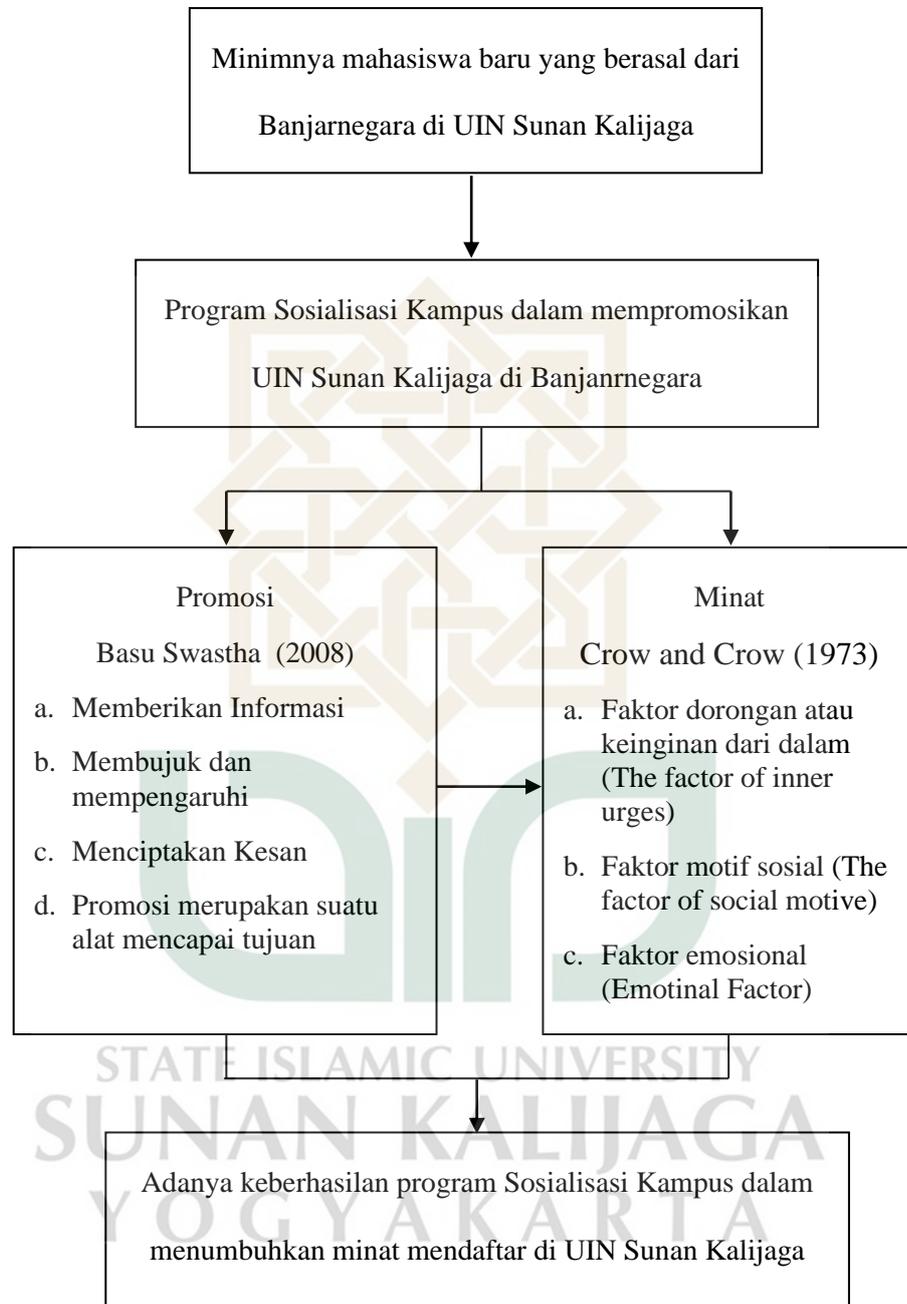
- a. Faktor dorongan atau keinginan dari dalam (*The factor of inner urges*), yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu akan menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan faktor-faktor biologis yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik yang mendasar.

- b. Faktor motif sosial (*The factor of social motive*), yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, harga diri, prestise dan sebagainya.
- c. Faktor emosional (*Emotinal Factor*), yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan dan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman-pengalaman yang diperoleh individu.

Dengan adanya faktor-faktor menurut Crow and Crow dapat disimpulkan bahwa kemauan bukan datang dari lahir maupun dari orang lain, dimana kemauan atau minat merupakan mereka yang memiliki kesadaran diri tinggicyang berasal dari pikiran atau hati mereka masing-masing.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## G. Kerangka Pemikiran



Sumber: (Oleh Peneliti)

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2005) menjelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan dan menjabarkan sebuah fenomena yang sedang terjadi dan ilakukandengan melibatkan metode yang ada.

Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan dalam penelitian adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Adapun metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif.

### **2. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi yang dijadikan peneliti untuk melakukan penelitian adalah Sekretariat Keluarga Mahasiswa Banjarnegara yang berlokasi di Maguwoharjo, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini Keluarga Mahasiswa Banjarnegara yang memiliki sekretarit di desa Maguwoharjo sebagai narasumber utama. Selanjutnya peneliti akan beratanya kepada Pengurus (Ketua dan Jajarannya) mengenai promosi yang dilakukan dengan program kerja Sosialisasi Kampus.

b. Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah promosi yang dikemas dalam sebuah program kerja Sosialisasi Kampus dalam upaya untuk menumbuhkan minat daftar calon mahasiswa baru di UIN.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan sebuah bentuk tanya jawab secara langsung atau bertatap muka antara pewawancara dan responden yang bertujuan memperoleh informasi untuk tujuan penelitian (Bungin, 2007)

Wawancara mendalam (*in depth interview*) sama halnya dengan metode wawancara pada umumnya, akan tetapi peran pewawancara, tujuan wawancara, peran informan, dan cara melakukan wawancara berbeda dengan metode wawancara pada umumnya. Wawancara mendalam membutuhkan waktu yang lama dengan informan dan dilakukan berkali-kali.

Wawancara mendalam ini digunakan karena dengan wawancara mendalam ini peneliti dapat menggali informasi lebih guna tujuan penelitian. Wawancara ini dilakukan secara berulang-ulang atau intensif.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan ketua Keluarga Mahasiswa Banjarnegara, Koordinator Pengaderan Keluarga Mahasiswa Banjarnegara, dan beberapa anggota Keluarga Mahasiswa Banjarnegara yang telah ditetapkan sebelumnya.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan menelusuri data historis. Data yang ditampilkan dalam dokumentasi adalah berupa foto, catatan harian, kenang-kenangan atau laporan yang dapat memperkuat data penelitian. Menurut Guba dan Lincoln (1981: 235) dalam Moleong mengatakan bahwa dokumentasi dapat digunakan untuk keperluan penelitian karena dapat dipertanggung jawabkan. Dokumentasi merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong. Selain itu, dokumentasi sesuai dengan penelitian kualitatif karena bersifat alamiah, sesuai konteks.

Dokumentasi sendiri dibagi menjadi dua yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumentasi pribadi merupakan catatan seseorang secara tertulis tentang tindakan atau pengalaman. Dokumentasi pribadi sendiri dapat berupa buku harian (*diary*), surat pribadi ataupun otobiografi. Sedangkan dokumen resmi sendiri terbagi atas dokumen intern dan dokumen ekstern. Dokumen intern dapat berupa pengumuman,

instruksi, ataupun memo. Sedangkan dokumen ekstern merupakan bahan-bahan informasi yang dikeluarkan oleh suatu lembaga seperti halnya majalah, pengumuman maupun pemberitahuan (Bungin, 2007).

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan adalah dalam bentuk foto, gambar, serta data-data dokumentasi lain yang mendukung penelitian mengenai program sosial kampus yang digunakan oleh Keluarga Mahasiswa Banjarnegara dalam menumbuhkan minat mendaftar bagi calon penmdaftar di UIN Sunan Kalijaga.

## 5. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif-kualitatif. Dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber atau informan yang telah dipilih untuk mencari informasi yang *valid* mengenai masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data dari Miles dan Huberman (dalam Pawito, 2007: 104-106) yang disebut dengan istilah *Interactive Model*, teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

### a. Reduksi Data (*Data Reductions*)

Reduksi merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan dalam melakukan kegiatan penelitian di lapangan. Proses

ini bukan proses sekali jadi, namun akan terus berulang selama proses penelitian berlangsung. Proses reduksi data bukan lantas selesai bersamaan selesainya proses observasi di lapangan tetapi akan terus berulang hingga laporan akhir penelitian ini lengkap tersusun.

Tahapan reduksi data merupakan bagian dari kegiatan analisis, sehingga pilihan-pilihan peneliti tentang bagian data mana yang dikode, mana yang harus dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian, cerita-cerita apa yang berkembang, semua itu merupakan pilihan-pilihan analisis.

b. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif, umumnya data yang terkumpul sangat beraneka ragam, dan terasa sangat menumpuk, sehingga pengelompokkan data berguna untuk menyatukan data-data sehingga menjadi satu kesatuan, dan seluruh data benar-benar dapat teranalisis.

c. Penarikan Serta Pengujian Kesimpulan (*Drawing And Verifying Conclusions*).

Dengan cara merumuskan suatu pernyataan yang proposional, dengan menyusun hipotesis yang sudah merupakan teori substantif, yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data. Jadi, hipotesis kerja ini harus terkait dan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian (Moeloeng, 2006: 287-289). Penarikan kesimpulan dapat saja berlangsung saat proses pengumpulan data berlangsung. Kemudian dilakukan reduksi dan penyajian data, maka munculah kesimpulan.

## 6. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan Triangulasi sumber dalam upaya mendapatkan data yang valid. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moeloeng, 2006: 178)

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa Keluarga Mahasiswa Banjarnegara telah melakukan Promosi kepada calon mahasiswa dalam upaya untuk menumbuhkan minat daftar di UIN Sunan Kalijaga. Pada saat pelaksanaan promosi, para anggota Kembara mengupayakan tumbuhnya minat para calon mahasiswa. Hal ini berkaitan dengan keadaan saat ini mengenai kurangnya minat calon mahasiswa asal Banjarnegara untuk mendaftar di UIN Sunan Kalijaga.

Dari empat unsur promosi dan tiga poin minat yang digunakan peneliti dalam unit analisis, sebagian besar telah berhasil dilaksanakan anggota Kembara dalam menumbuhkan minat daftar. Pada penerapannya, pelaku Sosialisasi Kampus melakukan promosi dengan cara memberikan informasi mengenai UIN Sunan Kalijaga, membujuk dan mempengaruhi mereka, serta memberikan sebuah gambaran mengenai UIN Sunan Kalijaga agar mereka memiliki minat untuk mendaftar di UIN Sunan Kalijaga.

#### **B. Saran**

Dari kesimpulan di atas mengenai penelitian promosi dalam menumbuhkan minat daftar, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

## 1. Bagi Pembaca

Bagi pembaca atau peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengkritisi penelitian ini, sehingga perlu adanya penelitian khusus mengenai komunikasi antara penyelenggara promosi dan calon mahasiswa yang lebih lanjut, agar promosi yang dilakukan lebih baik dan lebih efektif lagi. Pembaca juga diharapkan dapat menerapkan promosi yang dilakukan oleh Keluarga Mahasiswa Banjarnegara, terutama ketika melakukan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah. Bagi akademisi dan pendidik, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pedoman untuk menjalankan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah.

## 2. Bagi Keluarga Mahasiswa Banjarnegara

Diharapkan lebih memaksimalkan promosi dalam menumbuhkan minat daftar calon mahasiswa, agar lebih banyak orang yang mendaftar ke UIN Sunan Kalijaga. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan Keluarga Mahasiswa Banjarnegara dalam memaksimalkan kegiatan Sosial Kampus sekolah-sekolah di Banjarnegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- AStudi, S. (2015). Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta. *Jurnal Utilitas*, 1, 79–102. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/utilitas/article/download/4526/1488>
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Data Sekolah Kabupaten Banjarnegara. (2019). Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah. <https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/sp/2/030400>
- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Andi.
- Kotler, P., & Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Essex Pearson Education Limited.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Moleong J, L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKIS.
- Pratiwi, N. K. (2015). MINAT BELAJAR SISWA TERHADAP PRESTASI BELAJAR BAHASA INDONESIA SISWA SMK KESEHATAN DI KOTA TANGERANG. In *Jurnal Pujangga* (Vol. 1, Issue 2). <http://www.kajianpustaka.com/2012/11/definisi-fungsi-dan-bentuk->
- Rohman, F. (2015). *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pesantren*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Siringoringo, E., WidiaStudi, U., & Sihombing, L. B. (2019). Minat Siswa Sekolah Menengah Atas dalam Mengikuti Jong Batak Art Festival IV di

Taman Budaya Sumatera Utara. *Gondang: Jurnal Seni Dan Budaya*, 3(1), 1.  
<https://doi.org/10.24114/gondang.v3i1.12257>

Soraya, I. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT JAKARTA DALAM MENGAKSES FORTAL MEDIA JAKARTA SMART CITY. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 1). [www.jakarta.go.id](http://www.jakarta.go.id),

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (2nd ed.). Remaja Rosdakarya.

Swastha, B., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.

*UIN Sunan Kalijaga Tetapkan 1.728 Peserta Lolos Ujian Tes Tertulis Jalur Mandiri*. (2019, July 30). UIN Sunan Kalijaga. <https://uin-suka.ac.id/id/berita/detail/384/uin-sunan-kalijaga-tetapkan-1728-peserta-lolos-ujian-tes-tertul>

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA