

**PERAN *FACEBOOK* DALAM PROMOSI PENERIMAAN
MAHASISWA BARU STAIN MAJENE TAHUN ANGKATAN
2021/2022**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Salah satu syarat meraih Gelar Sarjana Sosial (S.sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Ushuluddin Adab
dan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene

OLEH

NAMA : MUHAMMAD. SAWAL

NIM : 30356117013

**JURUSAN USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MAJENE**


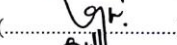


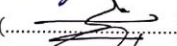

2021

PENGESAHAN SKRIPSI

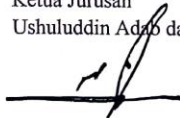
Skripsi yang berjudul "Peran Facebook Dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa STAIN Majene Tahun Angkatan 2021/2022" yang disusun oleh Muhammad Sawal, NIM 30356117013, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 15 September 2021, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan

Majene, 01 Oktober 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Nirwan Wahyudi AR S. Sos., M.Sos	()
Sekretaris	: Nurul Islam, M.Si	()
Munaqisy I	: Mila Jumalis S.Pt.S.Kom., M.Kom	()
Munaqisy II	: Aldiawan, S.Kom.1., M.Sos	()
Pembimbing I	: Fathiyah, S.Sos., M.I.Kom	()
Pembimbing II	: Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom	()

Mengetahui:
Ketua Jurusan
Ushuluddin Adab dan Dakwah,



Dr. Abd. Fattah, M.Pd
NIP.19630817 1998031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **MUHAMMAD SAWAL NIM 30356117013**, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul **“PERAN FACEBOOK DALAM PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA STAIN MAJENE TAHUN ANGGARAN 2021/2022”** memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk mengikuti ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan untuk diberikan proses lebih lanjut.

Majene, 27 Agustus 2021

Pembimbing I



Fathiyah, S.Sos., M.I.Kom
NIP : 19830817200180012001

Pembimbing II



Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP : 198706 06 201903 1 007

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Tiada kata yang paling indah selain puji rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul **“PERAN FACEBOOK DALAM PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU STAIN MAJENE TAHUN ANGKATAN 2021/2022”**, yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Sosial di Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di STAIN Majene.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat banyak pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan Skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan Skripsi ini. Terutama kepada keluargaku yang tercinta, Mamaku Aminah dan Bapakku Mukmin yang selalu mendoakan serta memberikan semangat yang luar biasa dan memberikan dukungan moril maupun materil, dan untuk kakakku Muliana yang selalu memberikan doa dan semangat.

Dalam kesempatan baik ini, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof, Dr Hj. Wasilah ST.,MT selaku Pimpinan STAIN Majene
2. Bapak Dr. Muliadi S.Ag., M.Sos.I selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik dan Kelembagaan STAIN Majene
3. Bapak Dr. Suddin Bani M.Ag selaku Wakil Ketua II Bidang Administrasi Umum Perencanaan STAIN Majene
4. Bapak Dr. Anwar Sadat, S.Ag.M.Ag selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama STAIN Majene
5. Bapak Dr. Abdul Fattah M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene
6. Ibu Fathiyah M.I.Kom selaku Ketua Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam STAIN Majene yang selalu membantu penulis mulai dari memeriksa kekurangan skripsi sampai pada membantu untuk ujian tepat waktu
7. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan Skripsi dengan baik.
8. Untuk seluruh Staf akademik STAIN Majene yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
9. Untuk teman-teman seperjuanganku Team “Blackgoat” yang selalu membantu dan memberikan semangat dan menghibur selama mengerjakan Skripsi.
10. Untuk teman-teman KKN di Kabuloang angkatan 2021, terima kasih atas kerja sama tim yang baik.
11. Untuk Siti Maryam teman Kost yang setia menemani dan memberikan semangat untuk mengerjakan Skripsi, terima kasih untuk kesetiiaanya.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini jauh dari kata sempurna, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan

skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata, penulis mengarapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Majene, 31 Agustus 2021

MUHAMMAD SAWAL

NIM : 30356117013

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah6
C. Tujuan dan manfaat7
D. Kajian pustaka7
BAB II TINJUAN TEORITIS.....	9
A. Media Sosial	10
B. <i>Facebook</i> Sebagai Media Baru.....	15
C. Promosi.....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN	24
A. Jenis	24
B. Lokasi	24
C. Waktu.....	24
D. Pendekatan.....	24
E. Sumber Data	24
F. Teknik Pengolahan data.....	25
DAFTAR PUSTAKA	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penerimaan Mahasiswa Stain Majene Dalam Kurun 3 Tahun.....

Tabel 2 Data gedung rektorat.....

Tabel 3 Data Gedung Dosen.....

Tabel 4 Data gedung perkuliahan.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Facebook STAIN Majene.....	
Gambar 2 Screenshot postingan info pendaftaran jalur UMM di FB STAIN Majene....	
Gambar 3 Screenshot konten fb tentang info salah satu prodi diSTAIN Majene....	
Gambar 4 postingan atau konten di facebook STAIN Majene yang memadukan Teks, gambar, video dan animasi.....	
Gambar 5 Instagram STAIN Majene.....	
Gambar 6 youtube STAIN Majene.....	

ABSTRAK

Nama : Muhammad Sawal
NIM : 30356117013
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul :

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana Peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/20222). 2) Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam *facebook* untuk promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan maupun tulisan dan penilaian kuisisioner. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini Peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/2022, Konten publisitas yang dituliskan pada *Facebook* STAIN Majene berupa kegiatan sosialisasi ke berbagai sekolah di Sulawesi Barat. Selain itu, konten publisitas lainnya berupa kunjungan instansi pemerintah ke STAIN Majene atau sebaliknya. Tampilan *facebook* STAIN Majene menempatkan warna gambar tulisan dan objek virtual tertentu yang menjadi karakteristik STAIN Majene di *facebook* dan STAIN Majene juga menggunakan link tertentu untuk informasi lebih lanjut agar mudah di akses, sehingga pembaca tertarik melihat tampilan akun *facebook* STAIN Majene.

Kata Kunci : Peran Facebook terhadap penerimaan mahasiswa baru di STAIN Majene.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial sudah menjadi alat komunikasi yang sulit dipisahkan dari aktivitas keseharian semua orang. Media sosial mempermudah kita buat mencari informasi yang dibutuhkan sehingga dapat merubah paradigma berinteraksi di warga disaat ini terkait komunikasi tak terbatas jarak, waktu, dan ruang. Dapat terjalin dimana saja, kapan saja, tanpa wajib tatap muka. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang kerap kali selaku penghambat komunikasi serta sebab kemudahan penggunaannya, nyaris dapat dikatakan, siapa saja sanggup mengakses dan memanfaatkan media sosial.

Media sosial telah menjelma sebagai media promosi atau periklanan yang paling populer dilangan masyarakat dan dianggap paling berpengaruh di banding dibanding mdia penyiaran lain. Sifat televisi yang audio-visual berhasil membentuk karakter masyarakat karena mampu mengandung ketertarikan untuk melihat dan mendengar iklan yang ditawarkan yang berujung pada pembelian produk yang dimaksud ketika media sosial menjadi intitusi kapitalis yang menjual jasa informasi maka iklan menjadi bagian produk dalam kategori komersial.

Media sosial menjadi sarana komunikasi karena memiliki berbagai keunggulan yang menjadi karakteristik media itu sendiri dalam penggunaannya. Menurut Purnama, media sosial mempuyai karakteristik khusus diantaranya, daya jangkau dari skala kecil sampai skala global, lebih mudah diakses publik dengan biaya yang terjangkau, relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus, dapat memancing respon khalayak lebih cepat, dan dapat meninggalkan

komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.¹ Ini berarti bahwa media yang mengandalkan internet dalam penggunaannya tersebut. beraneka fungsi, mulai dari sekedar menyambung jalinan interaksi, melakukan inovasi hingga membuat sensasi.

Menurut P.N. Howard dan M.R Parks Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.² Konsep lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.³ Sedangkan menurut Media sosial menurut Paramitha dalam jurnal Andreani media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens.⁴ Bisa dipahami bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi di mana kita bisa berbagi dan mendapatkan informasi, serta bersosialisasi dengan orang lain di dunia maya. Karena merupakan media daring atau online.

Sebagai wadah berinteraksi dengan beberapa keunggulan yang telah dijelaskan di atas, penggunaan media sosial pada akhirnya memiliki banyak manfaat bagi penggunanya. Beberapa keuntungan yang bisa

¹ Anastasia Siwi Fatma Utami and Nur Baiti, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Kalangan Remaja', *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 18.2 (2018), 257–62.

² P.N. Howard dan M.R Parks, 2012, *American Behavioral Scientist*, Vol. 45 No. 3, November 2001 383-404

³ Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta : PrenadamediaGroup.

⁴ Utami and Baiti. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Kalangan Remaja Cakrawala - Jurnal Humaniora* 2018 257-262.

didapatkan dari pemanfaatan media ini diantaranya, informasi yang aktual atau *realtime*, membangun relasi, meningkatkan trafik dan peringkatan pencarian, hingga meningkatkan *brand awareness*.

Media sosial tidak hanya memiliki manfaat untuk setiap individu, tapi juga pada tingkat organisasi, institusi atau perusahaan. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam promosi serta menyebarluaskan program atau kegiatan suatu kelembagaan serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga mencapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara instansi tersebut dan masyarakat. Pengguna media sosial pada akhirnya membangun sebuah komunitas sehingga terjalin komunikasi yang intensif. Proses komunikasi karena ketertarikan yang sama terhadap suatu hal akan cepat membangun opini publik yang berdampak pada citra dan reputasi instansi tersebut.

Salah satu manfaat paling penting dari media sosial seperti dijelaskan di atas yaitu sebagai media sosialisasi. Artinya, media berbasis internet tersebut digunakan lembaga masyarakat, pemerintah, politik maupun pendidikan untuk menyoalisasikan berbagai bentuk-bentuk kegiatan yang sedang lembaga itu jalankan sehingga masyarakat bisa mengetahuinya dan bisa menjalin kerja sama antara masyarakat dengan menggunakan berbagai media sosial yang ada seperti *facebook*, *twiter*, *instagram*, *youtube* dan masih banyak media sosial lainnya sehingga bertujuan untuk menarik perhatian pengguna media sosial sehingga apa yang disosialisasikan banyak diminati.

Facebook merupakan yang paling populer digunakan dibanding semua alat komunikasi dalam jaringan (daring) seperti *Twitter*, *Instagram*, *Telegram*, dan lain-lain. baik individu maupun pada tingkat organisasi. *Facebook* sendiri adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti group kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain.

Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbaharui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tautan yang kita update setiap waktu.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet (APJI) edisi 74 Nov 2020, penggunaan teknologi internet di Indonesia sangat massif dengan peran yang juga semakin penting dalam berbagai sektor kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertambah hingga 196,7 juta jiwa meningkat 23,5 juta jiwa atau 8,9% dari tahun 2018.

Sebagai media daring, *Facebook* juga terus mengalami peningkatan pengguna. Data KOMPAS.com pada 3 Agustus 2020 menunjukkan, jumlah pengguna *Facebook* mencapai 2,7 miliar jiwa akun aktif perbulan di seluruh dunia. Angka itu bahkan melebihi prediksi analisis yang memperkirakan 2,63 milyar. Jumlah tersebut juga meningkat dari kuartal pertama (Q1) 2020 yang ada di angka 2,6 miliar. Data ini menggambarkan besarnya peluang atau potensi yang bisa didapatkan pada berbagai sektor dengan memanfaatkan media internet, khusus *Facebook* untuk berkomunikasi pada semua pengguna.

Menurut *Hootsuite (We are Social)*, secara berkala menyajikan data serta tren yang dibutuhkan dalam memahami internet, media sosial juga perilaku *e-commerce* di setiap tahunnya. Umumnya, *Hootsuite* menerbitkan data dan tren tentang internet dan media sosial pada bulan kedua setiap tahunnya. Seperti pada tahun 2020 ini, *Hootsuite* mengeluarkan data dan tren tentang internet serta media sosial pada bulan Februari termasuk media sosial *facebook*. Pengguna *Facebook* di Indonesia sebanyak 82% dari jumlah populasi, prosentase pengguna

Facebook berjenis kelamin perempuan 44,4% dan laki-laki sebanyak 55,6%.⁵

Jika dilihat lebih dalam, ada beberapa hal yang menjadikan *Facebook* mampu mempertahankan kepopulerannya dibanding media lain yang serupa. Faktor-faktor tersebut diantaranya inovasi berupa tambahan fitur-fitur baru secara terus menerus, tampilan antar muka yang sederhana, dan kemudahan dalam penggunaannya. Selain itu, *Facebook* juga menawarkan komunikasi yang interaktif melalui layanan status yang dapat *like*, dikomentari, dan dibagikan. Informasi yang dibutuhkan sangat cepat beredar di *Facebook* dan dapat diakses secara gratis, dan juga dapat diakses melalui berbagai perangkat dan sistem operasi.

Meskipun *Facebook* memiliki berbagai kemudahan, keunggulan dan manfaat sebagai media komunikasi dalam menjangkau audiens, namun pengguna baik individu maupun organisasi tetap harus mengutamakan kejujuran dan kebenaran dalam menyebarkan informasi yang dinilai bermanfaat. Seperti disebutkan dalam Al Qur'an: Qs. Al- Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ وَعَدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁶

“Ingganna to matappa’, penjario mie’ semeta makke’deang attonganan sawa’ puang ALLAH taalah anna penjari sa’bbi iya adil. Anna da mie sawa’ peambire’mu lao dimesa tau menjari andiang o mie adil. Penggau’ adil o’o mie. Adil penggau’ adilo’-o mie’ sawa’ iya di’o adil’o la;bi kadeppu’I lao di takwa. Anna pe’atakwao mie’ lao dipuang Allah

⁵ Jurnal hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020

⁶ Al Qur'an : QS. Al-Maidah:8 kementerian Agama : Tahun 2019

Taala, sitonganna puang Allah Taala Masarro Paissang di panggauwanmu"⁷

STAIN Majene merupakan salah satu dari sekian banyak institusi pendidikan, khususnya berbasis agama Islam, yang menggunakan *Facebook* sebagai media sosialisasi sekaligus promosi. Konten yang disajikan pada *Facebook* berupa informasi kebijakan kampus dan kegiatan organisasi mahasiswa seperti SEMA DEMA atau kegiatan UKM Kampus baik rapat pembentukan kegiatan sampai pelaksanaan dan penutupan kegiatan tertentu yang penting diketahui oleh publik, khususnya calon mahasiswa.

Penggunaan *Facebook* sebagai media promosi STAIN Majene tentu saja dengan pertimbangan efektifitas dan efisiensi. STAIN Majene melalui bagian Humas (Hubungan Masyarakat) dengan mudah mempublikasikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Seperti dijelaskan sebelumnya, menggunakan *Facebook* sebagai media promosi akan mengatasi hambatan ruang dan waktu, artinya penyebaran informasi bisa dilakukan dan diakses kapan saja dan dimana saja dengan biaya yang relatif murah.

Siswa SMA yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi yang memerlukan informasi terkait kampus bisa dengan mudah di sosial media *Facebook* STAIN Majene dan menginformasikan pendaftaran Mahasiswa baru baik melalui beberapa jalur SPAN-PTKAIN, UM-PTKIN, dan UMM dipublikasikan lewat *Facebook*. Dengan membuka sosial media STAIN Majene mereka sangat mudah mencari jurusan atau prodi didalamnya dengan mengisi persyaratan yang harus dipenuhi untuk menjadi calon mahasiswa baru.

Pemanfaatan *facebook* dapat menjadi alat komunikasi yang sangat potensial untuk menjangkau khalayak. Melalui kunjungan *Facebook* STAIN Majene, diharapkan kegiatan promosi melalui media ini dapat

⁷ Koraang Malabiq : Terjemahan bahasa mandar depertemen agama, 2018

berjalan maksimal dengan ditandai tingginya tingkat akses, respon dan interaksi antara pihak STAIN Majene dengan masyarakat pada setiap pesan yang disebar, seperti informasi jurusan, program studi, sarana prasarana dan keunggulan kampus lainnya.

Meskipun begitu, ternyata publikasi informasi STAIN Majene melalui *Facebook* belum bisa dikatakan maksimal dan efektif. Hal ini terbukti dari tingginya tingkat persentasi mahasiswa yang mengaku jarang mengakses *Facebook* STAIN Majene, apalagi mendapatkan informasi dari sana. Dari 37 mahasiswa pengguna *Facebook* yang disurvei, 68% atau sekitar 25 orang diantaranya mengaku jarang mengakses apalagi merespon konten akun STAIN Majene. Meskipun semua mahasiswa yang disurvei menggunakan *Facebook* sebagai media komunikasi hanya 24% atau 9 orang yang mengenal STAIN Majene dari aplikasi tersebut.⁸

Dimasa sekarang ini untuk melakukan aktifitas sangat di batasi baik di kalangan pendidikan maupun dalam masyarakat, meskipun begitu di masa pandemi ini sanga membatasi gerak kita untuk beraktifitas maka dengan itu masyarakat hanya mengandalkan sosial media untuk berhubungan atau berkomunikasi dengan yang lainnya. Sehingga kampus-kampus atau perguruan tinggi melakukan kegiatan promosi melalui sosial media saja baik melalui *facebook* maupun grup-grup *whatsapp* dan media sosial lainnya. biasanya melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah tapi dimasa pandemi ini kampus STAIN Majene hanya mengandalkan promosi lewat media sosial dan lewat surat kabar.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik dan merasa perlu untuk mendalami dan meneliti fenomena tersebut melalui penelitian dengan judul ***“Peran Facebook dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A. 2021/2022”***.

⁸ Penelitian melalui google from terhadap mahasiswa KPI STAIN Majene pada tanggal

B. Rumusan Masalah

- a) Bagaimana Peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/2022?
- b) Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam *facebook* untuk promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene?

C. Tujuan dan Manfaat

Sesuai dengan pokok masalah yang disebutkan, maka tujuan dan manfaat penulisan ini dapat dilihat sebagai berikut :

- a) Tujuan
 - a. Untuk mengetahui peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A. 2021/2022.
 - b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam *Facebook* untuk promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene.

b) Manfaat

a. Manfaat teoritis

Diharapkan agar penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai peran *Facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/2022 dan juga sebagai sumbangan dalam dunia pendidikan

b. Manfaat praktis

Secara praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan Penyiaran Islam dan diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memperluas pengetahuan terutama mahasiswa STAIN Majene.

D. Kajian pustaka

Berdasarkan penelusuran calon peneliti, ada beberapa literature atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema penelitian ini antara lain sebagai berikut :Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan focus penelitian diatas, maka pokok masalag dalam penelitian ini dirumuskan dalam dua pertanyaan penelitian berikut:

- a. Dalam jurnal yang berjudul ***“Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkang”*** yang dilakukan oleh Revi Marta penelitian ini dimuat dalam jurnal Masyarakat Telematika dan Inforamasi Vol. 6. No. 2 , November 2015 penelitian bertujuan penggunaan *facebook* sebagai media promosi mempermudah akses masyarakat untuk mengetahui apa saja motif dan pilihan serta penawaran harga kain tenun songket silungkang tanpa harus datang terlebih dahulu ke lokasi.⁹ Persamaan penelitian ini terdapat pada pada fokus objek penelitiannya yaitu Penggunaan *Facebook* Sebagai Media, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada fokus objek penelitiannya yaitu dimana peneliti menitik beratkan pad Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2021-2022 sedangkan peneliti di atas menitik beratkan pada Penggunaan *Facebook* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkung.

⁹ Revi Marta, ‘Penggunaan *Facebook* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkang’, *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 2015, 147–60.

- b. Dalam jurnal yang berjudul “*Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Industri Kreatif*” yang di lakukan oleh Rita Wahyuni Arifin penelitian ini dimuat dalam jurnal **BINA INSANI ICT JOURNAL**, Vol 2. No. 2, Oktober 2015 penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan gagasan-gagasan yang mendasari *facebookers* (sebutan sebagai *facebook*), menggunakan situs jejaring sosial *facebook* sebagai media promosi dalam mengembangkan industri kreatif. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa *facebook* tidak hanya berperan sebagai dalam pengembangan industri kreatif, tetapi juga berperan sebagai untuk berkomunikasi dengan calon konsumen.¹⁰ Persamaan penelitian ini terletak pada fokus objek penelitiannya yaitu Peran *Facebook* sebagai media promosi, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya yaitu dimana peneliti menitik beratkan pada Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2021-2022 sedangkan peneliti di atas menitik beratkan pada Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Industri Kreatif.

¹⁰ Rita Wahyuni Arifin, ‘Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif’, *Bina Inasni Ict Journal*, 2.2 (2015), 1–10.

- c. Dalam jurnal yang berjudul *“Peran Instagram sebagai media promosi”* yang dilakukan oleh Maya Retnasary penelitian ini dimuat dalam jurnal **Jurnal Ilmiah Indonesia** Vol. 3, No. 4 April 2018 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan *Instagram* sebagai media promosi Komunitas Ketimbang Ngemis yang bergerak pada bidang sosial, sebagai wadah penyaluran dana bagi orang-orang yang membutuhkan. Hasil penelitian, Adapun hasil dari pembahasannya adalah bahwa sebagai sarana promosi, Instagram memiliki kelebihan dari sisi fitur yang sangat memadai. Fitur tersebut mencakup enam aspek dari The 7C Framework, yaitu context, content, community, communication, connection, dan commerce. Fitur Context memiliki fungsi sebagai penarik minat, sementara content berfungsi sebagai penentuan respon target. Disamping itu ada juga Community yang berfungsi menyampaikan pesan secara luas dan Communication menghubungkan komunikasi antara customer dan pelanggan. Sementara Connection akan membantu mempermudah dalam mencari informasi dengan menu tag dan hastag, sementara Commerce mendukung terjadinya proses transaksi jual beli.¹¹ Persamaan penelitian ini terletak pada fokus objek penelitiannya yaitu Peran *Facebook* sebagai media promosi, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya yaitu dimana peneliti menitik beratkan pada Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2021-2022 sedangkan peneliti di atas menitik beratkan pada Peran *Instagram* Sebagai Media Promosi.

¹¹ Rita Wahyuni Arifin, ‘Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif’, *Bina Inasni Ict Journal*, 2.2 (2015), 1–10.

- d. Dalam jurnal yang berjudul ***“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Politik”*** yang dilakukan oleh Suratno, Irwansyah, Niken F. Ernungtyas, Guntur F. Prianto, Safira Hasna penelitian ini dimuat dalam jurnal **Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 6, No. 1 April 2020** penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial *Facebook* sebagai strategi komunikasi politik tentang elektabilitas, efektivitas, dan popularitas calon anggota DPR RI tahun 2019 pemilihan legislatif. Hasil penelitian, Adapun Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh pemanfaatan *Facebook* terhadap elektabilitas sebesar 16%, efektivitas sebesar 39,7%, dan popularitas calon anggota DPR RI pada pemilu legislatif 2019 sebesar 17,3%. Pengguna dapat mengumpulkan informasi dan pendapat secara aktif menggunakan situs ini sebagai tempat komunikasi antara dirinya dengan politisi atau dengan sesamanya pendukung. Namun, penggunaan *Facebook* bukan satu-satunya politik yang efektif strategi komunikasi, media tradisional seperti televisi, radio, billboard, stiker masih efektif untuk menjangkau masyarakat yang tidak selalu menggunakan sosial media. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus objek penelitiannya yaitu Peran *Facebook* sebagai media promosi, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya yaitu dimana peneliti menitik beratkan pada Peran *Facebook* Sebagai Media Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2021-2022 sedangkan peneliti di atas menitik beratkan pada Peran *Instagram* Sebagai Media Promosi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan muktahir dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluas konten mereka sendiri. *Post* di *blog*, *tweet*, atau video *youtube* dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.¹²

a) Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Menurut Nasrulla dalam buku Media Sosial “media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media,¹³ dan menurut Van Dijk “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”¹⁴

¹² Zarella, *The Social Media Marketing Book*, (Jakarta:PT Serambi Ilmu Semesta Anggota

IKAPI) 2010, h. 2-3 dikutip dari Jurnal Komunikasi, Novia Ika Setyani, “*Pengguna Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas*” (Universitas Sebelas Maret, 2013), h. 6

¹³Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositeknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

¹⁴ Van Dijk. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications

Berbagai definisi, Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain.¹⁵

Secara garis besar media sosial dikatakan sebagai sebuah media *online*, di mana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa *blog*, *wiki*, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih. Internet, media sosial dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong kepada hal-hal baru. Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial, *blog* dan *wiki*.

Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi yang berbasis *internet* yang di bangun atas dasar ideologi dan teknologi *web 2,0* memungkinkan penciptaan dan petukaran *user generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Media sosial ada dalam bentuk yang berbeda, termasuk sosial *Network*, forum *internet*, *weblogs*, sosial *blogs*, *micro blogging*. *Wikis*, *podcats*, gambar, video, rating, dan *bookmark social*. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa *web page* pribadi, kemudian terhubung teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *twitter*, *instagram*, *myspace*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial ini menggunakan internet media sosial ini mengajak siapa saja untuk berpartisipasi dengan memberikan

¹⁵ Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. 2015. *Social Media: Definini, Developing, and Diviningl*, *Atlantic Journal of Communication*.

feedback secara terbuka, memberikan komentar, serta berbagi informasi dengan informasi dalam jangka waktu yang cepat dan tak terbatas.¹⁶

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa media sosial adalah media *online*, dimana para penggunanya menggunakan aplikasi berbasis internet. Semakin canggihnya teknologi sehingga menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan bagi penggunanya, saat ini media yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial dan *blog*, media sosial ini sangat luas dapat mengajak siapa saja untuk memberikan *feedback* secara terbuka dan tidak terbatas oleh waktu. Dampak positif lain dari adanya situs media sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang berlebihan, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan.

b) Karakteristik media sosial

Dengan muatan seperti itu, maka media sosial tidak jauh dari ciri-ciri berikut ini:

- 1) Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- 2) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.
- 3) Isi disampaikan secara *online* dan langsung.
- 4) Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- 5) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai *kreator* dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.

¹⁶Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brend Attachment*, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, h.10-11

6) Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (*grop*).¹⁷

c) Jenis-jenis media sosial

Klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Media sosial pada dasarnya dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Proyek kolaborasi *website*, di mana *user-nya* diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti *wikipedia*.
2. Blog dan *microblog website*, di mana *user* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di *blog* itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *twitter*.
3. Konten atau isi, di mana para *user* di *website* ini paling membagi konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto gambar, dan lain-lain seperti *youtube*.
4. Situs jejaring sosial, di mana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti *facebook*.
5. *Virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.
6. *Virtual sosial world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang

¹⁷ Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brend Attachment*, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, h.27

memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.¹⁸

d) Manfaat media sosial

Media sosial dapat bermanfaat bagi remaja dan penggunanya, seperti sarana belajar, sarana dokumentasi, sarana kontrol. Berikut ini berbagai manfaat, peran dan fungsi media sosial :

- a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat didalamnya. Media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain.
- b. Sarana dokumentasi, *administrasi* dan *integrasi*. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, *reportase* kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian.
- c. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan.¹⁹

e) Keunggulan media sosial

Berikut ini, beberapa kelebihan media sosial antara lain:

1. Cepat ringkas, padat dan sederhana. Setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media

¹⁸ Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brend Attachment*, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, h.26

¹⁹ Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brend Attachment*, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, h.31-35

sosial begitu mudah digunakan (*user friendly*), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan teknologi informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya *computer*, *tablet*, *smartphone*, di tambah koneksi internet.

2. Menciptakan hubungan lebih *intens*. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Demi mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan modal interaksi atau koneksi secara *live* melalui telpon, sms, *twitter*. Sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada *user* untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.
3. Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui media sosial siapa pun bisa mengkomsumsikan informasi secara cepat tanpa hambatan *geografis*.
4. Kendali dan terukur. Dalam media sosial dengan sistem *tracking* yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respon balik serta reaksi yang muncul.²⁰

B. Facebook Sebagai Media Baru

a) Definisi *facebook*

Pengertian *Facebook* itu sendiri adalah salah satu *Online Social Networking* atau situs jejaring sosial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat

²⁰ Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brend Attachment*, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, h.31

bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya.²¹ Pengertian yang lain *Facebook* adalah situs komunitas (dimana kita bisa bertemu orang dan bersosialisasi di dunia maya), bisa disebut dengan jejaring sosial atau *Social networking website*.

Menurut Wati dan Rizky *facebook* merupakan jejaring sosial (*social network*) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi.²²

Menurut Ginting *Facebook* diartikan sebagai mesin yang sangat pintar, canggih, serba komplit, namun justru sangat user friendly. Dari segi teknis, *Facebook* juga bersifat *open source* sehingga pengguna bisa menambahkan sendiri aplikasi yang disukai. Sedangkan dari segi sosial, *Facebook* bisa dikatakan sebagai identitas di dunia maya.²³

b) Karakteristik *Facebook*

Karakteristik Media Sosial *Facebook* Media sosial *facebook* dalam menyampaikan/mempublikasikan informasi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun menjangkau banyak orang.
- b. Informasi yang disampaikan itu bebas tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- c. Informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media yang lain.
- d. Informasi yang dipublikasikan dapat diakses dengan cepat oleh pengguna *facebook*.

²¹ Andi dan MADCOMS, Gaul Berteman Lewat *Facebook*, (Yogyakarta: C.V Andi Offiset, 2012), h. 1

²²Wati, Mardiana dan Rizky, A. R.(2009). *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*. Bandung: CV. Yrama Widya

²³Abdorrakhman Ginting. (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkan untuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*. Bandung: Humaniora

e. Informasi yang telah dipublikasikan dapat disunting sesuai dengan kebutuhan (tidak permanen).

c) Manfaat dan kelebihan *facebook*

Saat ini tidak akan asing dengan situs jejaring sosial yang bernama *facebook*. Situs jejaring sosial yang dibuat Mark Zuckerberg ini telah mewabah jutaan manusia di seluruh dunia. Banyak sekali manfaat dan kelebihan yang dimiliki *facebook* jika dibandingkan dengan situs jejaring sosial lain disamping kelemahannya. Salah satu kelebihan yang dimiliki *facebook* adalah dapat digunakan untuk membangun komunitas, dengan komunitas tersebut kita dapat *sharing* dan mencari solusi pemecahan tentang berbagai persoalan dengan sesama anggota komunitas. Namun dibalik kelemahan yang dimiliki *facebook*, salah satunya adalah penggunaannya tidak dapat di kontrol, remaja yang asik menggunakan *facebook* dapat mengabaikan tugas yang seharusnya diselesaikan malah asik menggunakan *facebook* untuk hal-hal yang tidak penting seperti, *mengupdate* status, *chatting* dengan orang lain di luar konteks materi. samping itu kekurangan *facebook* adalah dapat membuat kita malas dengan tugas-tugas yang seharusnya dikerjakan, karena *facebook* memiliki aplikasi-aplikasi yang sangat menarik. *Facebook* juga dapat menyebabkan kurangnya sosialisasi dengan masyarakat. Hal ini yang membuat orang-orang di era globalisasi sekarang ini lebih bersifat individual.²⁴

C. Media Baru (*new media*)

Media baru (*New Media*) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan *digital*, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content*

²⁴ Rudy Kustijono, "Melatih Keterampilan Berfikir Kritis Melalui Facebook Dalam Mata Kuliah Multimedia Pada Mahasiswa Fisika UNESA" *CENDIKIA*, (Surabaya:). h. 128

adalah konten atau isi artikel dalam *internet* yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media *internet* tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua *internet user*.²⁵

Beberapa contoh dari *new media* adalah seperti *internet*, *website*, komputer multimedia, permainan komputer, *CD-ROMS*, dan *DVD*. *New media* merupakan basis media baru dan bukanlah media konvensional seperti televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas.

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era *digital*.

Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu :

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya

²⁵ Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley

sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.²⁶

Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.²⁷

D. Promosi

a) Definisi promosi

Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.²⁸ Sedangkan menurut Gitosudarmo mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.²⁹

b) Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan

²⁶ Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley

²⁷ Natipulu, Eko Y. & Ridho Irawan. 2013. *Social Media Nation:15 inspirasi berjejaring sosial*, Jakarta:Prasetiya Mulya Publishing.

²⁸ Susanto mustika hakim, ambar lukitaningsih, 'Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta', *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2.3 (2020), 18–23

²⁹ Priskilia and Tony Sitinjak, 'Pengaruh Iklan Promosi Penjualan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta',

pendapatannya. promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Terdapat tujuan umum dan tujuan khusus promosi, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan umum Bersumber pada tujuan komunikasi pemasaran, yaitu untuk mempercepat respon pasar yang ditargetkan
2. Tujuan khusus
 - a. Bagi konsumen (*consumer promotion*), untuk mendorong konsumen antara lain untuk lebih banyak menggunakan produk, unit pembeli produk dalam unit yang besar, mencoba merek yang dipromosikan, dan untuk menarik pembeli merek lain yang bersaing dengan produk yang sedang dipromosikan.
 - b. Bagi pengecer (*Trade promotion*), membujuk pengecer untuk menjual barang produk baru, menimbun lebih banyak persediaan barang, mengingatkan pembeli ketika sedang tidak musim, membujuk agar menimbun barang-barang dipromosikan dan memperoleh jalur pengecer baru.
 - c. Bagi wiraniaga (*sales force promotion*), untuk memberi dukungan atau produk atau produk baru, untuk merangsang mereka mencari pelanggan baru dan mendorong penjualan musim semi.³⁰

Selanjutnya definisi lain menurut Peter dan Olson menyatakan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan pemasar untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya.³¹

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa.

³⁰ Mumuh Mulyana, 'Strategi Promosi Dan Komunikasi', June, 2019

³¹ Mumuh Mulyana, 'Strategi Promosi Dan Komunikasi', June, 2019

c) Jenis-jenis promosi

Ada empat jenis kegiatan promosi, antara lain :

a. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Periklanan menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan cara mengemukakan alasan supaya membeli

b. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian atau kegiatan promosi suatu produk dengan cara mendatangi ke tempat konsumen berada, oleh seorang wiraniaga/salesperson. Dengan adanya kontak langsung antara wiraniaga dan konsumen, maka terjadilah komunikasi dua arah.

c. Publisitas (*Publiscity*)

Bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah) atau merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal yang bersifat komersial. Tentang produk tersebut di media cetak dan media elektronik, maupun hasil wawancara yang ditampilkan dalam media tersebut. Cara ini sangat baik untuk memperkenalkan perusahaan atau produk yang dihasilkan, karena publisitas dapat mencapai pembeli yang potensial yang tidak dapat dicapai dengan *advertensi* dan *personal selling*.

d. Promosi Penjualan (*Sales promotion*)

Bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Promosi penjualan menawarkan suatu produk dengan cara memberikan perangsang supaya membeli. Perangsang ini

bisa berupa uang, barang atau pelayanan tambahan lainnya yang biasanya tak disertakan bersama produk tersebut.

d) Bauran promosi (*promotion mix*)

Dalam menjalankan usahanya, setiap perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan, sehingga mendorong perusahaan memperhatikan bauran promosi. Swastha dan Irawan menyatakan bahwa *promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.³² Menurut Kotler bauran promosi terdiri atas periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.³³

Menurut Lupiyoadi perangkat promosi yang kita kenal mencakup periklanan (advertising), penjualan perseorangan (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (humas atau public relation – PR), informasi dari mulut ke mulut (word of mouth – WoM), pemasaran langsung (direct marketing), dan publikasi pemasaran (marketing publication).³⁴

Menurut Daryanto pada umumnya variabel-variabel yang ada pada promotional mix terdapat empat, yaitu

- a. Periklanan (advertising) Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan sejumlah biaya seperti iklan melalui media masa, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster dan sebagainya.

³² Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta

³³ Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

³⁴ Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

- b. Personal Selling Personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.
- c. Promosi Penjualan Promosi penjualan adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti: peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang dan sebagainya
- d. Publisitas dan humas Publisitas merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita.
- e. Berdasarkan bentuk bauran promosi di atas, setiap masing-masing promosi memiliki metode yang berbeda dalam melakukan promosi. Berikut penjabaran dari tiap-tiap metode yang digunakan dari promosi yang ada.³⁵

³⁵ Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial NuraniSejahtera

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif yang dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tulisan dan tingkah laku yang bisa diamati orang-orang yang diteliti. Melalui penelitian kualitatif akan membimbing kita untuk memperoleh penemuan-penemuan yang tidak terduga sebelumnya dan membangun kerangka teoritis baru karena penelitian kualitatif adalah penelitian yang memberikan gambaran tentang kondisi secara faktual dan sistematis dengan faktor-faktor, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki untuk melakukan akumulasi dasar-dasarnya saja.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene.

C. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni hingga bulan Agustus 2021.

D. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Karena kegiatan ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Data yang dikumpulkan adalah kata-kata.

E. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah merupakan data yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara terhadap informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang merupakan data pendukung diperoleh melalui dokumentasi yang bersumber dari buku dan jurnal hasil penelitian ataupun dalam jurnal serta dokumen lainnya, yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Oleh karena jenis penelitian ini adalah kualitatif maka instrumen penelitian ini adalah penelitian sendiri. Pada tipe penelitian ini menurut usman, penelitian ini adalah instrumen kunci (*key instrumen*) yang harus terjun ke lapangan secara aktif untuk melakukan wawancara adalah *notebook*, *camera handphone*, pedoman wawancara, dan alat perekam.³⁶

1. Camera Handphone

Camera digunakan peneliti untuk mendokumentasikan segala aktivitas yang dilakukan. Baik itu wawancara dengan informan serta fenomena yang di dapatkan peneliti di lokasi penelitian.

³⁶ Muhammad Khalifah Mustami, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Aynat Publishing, 2015). H. 149.

2. Alat rekaman

Alat rekaman adalah alat yang digunakan peneliti untuk membantu menyimpan atau mendokumentasikan hasil wawancara dengan informan.

3. Pedoman Wawancara dan *notebook*

Pedoman wawancara adalah panduan untuk melakukan wawancara dan berisi masalah-masalah yang ingin diteliti, guna untuk mendapatkan informasi melalui informan yang telah ditentukan. Sedangkan *notebook* di gunakan sebagai alat untuk mencatat setiap informasi yang didapatkan dari informan.

G. Tehnik pengolahan data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a) Tehnik observasi

observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan pengamatan terhadap konten atau materi publikasi yang terdapat pada akun *Facebook* STAIN Majene.

b) Tehnik wawancara

Wawancara dilakukan peneliti bermaksud untuk mendapatkan informasi dari informan terkait dengan pertanyaan yang diajukan peneliti. Informan dalam penelitian ini adalah bagian Humas STAIN Majene yang bertugas untuk mengelola *Facebook* kampus.

c) Tehnik pengelolaan dan analisis data

Untuk mendapatkan hasil objektif dalam penelitian ini maka data yang didapatkan dilapangan akan diolah dan dianalisis secara kualitatif, yaitu

dengan menggambarkan dan menjelaskan hal-hal penelitian dari jumlah data-data yang telah diperoleh dilapangan selama penelitian berlangsung. Proses analisis interaktif ini merupakan proses siklus dan intruktif. Artinya, penelitian harus siap antara empat sumbu. yaitu proses pengumpulan data, tahap reduksi data, penyajian data dan verifikasi serta penarikan kesimpulan.

a. tahapan pengguna data

proses pengumpulan data dalam penelitian ini, selain melalui studi kepustakaan penelitian juga melakukan observasi serta interview (wawancara kepada beberapa informan yaitu mahasiswa

b. tahapan reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan penelitian pengabstrakan dan informasi data besar yang muncul dalam catatan yang terdapat di lapangan hal ini diharapkan untuk menyederhakan data yang telah diperoleh agar memberikan kemudahan dalam menyimpulkan hasil penelitian dengan data. Selain seluruh hasil penelitian dari lapangan yang telah dikumpul kembali pilihan untuk menentukan data mana yang tepat dalam digunakan

c. tahapan penyajian data

Langkah berikut setelah proses reduksi data langsung adalah penyajian data. Penyajian data ini merupakan sekumpulan informasi susunan yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d. verifikasi dan penarikan kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data verifikasi penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti dari kata yang telah ditampilkan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Penelitian

Terbentuknya provinsi Sulawesi Barat sebagai provinsi ke 33 pada tahun 2004 menjadi awal ditetapkannya kabupaten Majene sebagai pusat kota pendidikan di Sulawesi Barat. Hal tersebut menggugah semangat para tokoh tanah mandar untuk mendirikan lembaga pendidikan Tinggi berbasis keagamaan di Sulawesi Barat. Hal ini dipelopori oleh beberapa tokoh yaitu: Prof. Dr. H. Ahmad M. Sewang, MA, Prof. Dr. H. Abd Rahman Halim, M.Ag, Prof. Dr. KH. M. Danial Djalaluddin, LC, M.Ag, Dr. H. Arifuddin Ismail, Dr.H.M.Nafis Djuwaeni, MA, Dr.H. Mukhlis Latif, M.Si, inisiasi ini didukung oleh tokoh-tokoh muda Mandar yang ada di Makassar.

Setelah melewati proses panjang maka STAIN Majene resmi berdiri berdasarkan SK Nomer 38 tahun 2016 tanggal 31 Oktober 2016 M bertepatan dengan 28 Zul Qa'dah 1437 H. yang peresmian dilakukan oleh Menteri Agama Lukman Hakim Syaifuddin di Majene pada tanggal 12 Nopember 2016.

Sebelum STAIN Majene berdiri sebagai PT Negeri, sebelumnya sudah ada universitas Sulawesi Barat yang disingkat Unsulbar. Jika membaca sejarah berdirinya beberapa perguruan tinggi agama khususnya, sebagian besar merupakan konversi atau kelas jauh dari perguruan tinggi lain. Namun STAIN Majene tidaklah demikian, sehingga pada saat diresmikan oleh Menteri Agama tidak satupun tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang ada, hanya karena kegigihan dan kerja keras ketua terlantik, maka hanya dalam tempo kurang lebih satu tahun telah memiliki tenaga pendidik yang rata-rata berkualifikasi Doktor dan diperkuat tenaga kependidikan, sebagian besar adalah mutasi dari instansi lain dan jatah penerimaan aparatur sipil negara tahun 2018 dan 2019

Pada awal pendiriannya STAIN Majene membuka tiga jurusan, yang dapat dirinci sebagai berikut:

1. Jurusan Tarbiyah dan Keguruan, yang mengasuh dua program studi:
 - a. Program Studi Pendidikan Agama Islam
 - b. Program Studi Tadris Bahasa Inggris
2. Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, dengan dua program studi:
 - a. Program Studi Hukum Keluarga Islam
 - b. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
3. Jurusan Ushuluddin, Adab dan Dakwah, dengan tiga program studi:
 - a. Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
 - b. Bahasa dan Sastra Arab
 - c. Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saat ini STAIN membina 1623 orang mahasiswa, yang tersebar ditujuh program studi, yang mendaftar melalui jalur SPAN-PTKIN,UM-PTKIN, UMM Reguler. Peningkatan jumlah mahasiswa terlihat dari tahun ke tahun dengan grafik sebagai berikut:

Tabel 1 .

PENERIMAAN MAHASISWA STAIN MAJENE DALAM KURUN 3 TAHUN

(Jalur SPAN-PTKIN, UMM dan UM Reguler)

PRODI	TAHUN PENERIMAAN			JUMLAH
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	
PAI	89	165	266	520
TBI	25	37	62	124
HES	49	130	223	402
HKI	22	58	100	180
IAT	22	43	80	145
BSA	20	32	45	97

KPI	20	32	103	155
JUMLAH	247	497	879	1623

a. Sarana dan Prasarana

Kampus STAIN MAJENE saat ini berdiri diatas lahan berukuran..... ditahun ketiga beroperasi kampus STAIN Majene saat ini telah dilegkapi tiga sarana gedung yang terdiri dari:

1. Gedung rektorat

Gedung yang dibangun pada periode maret hingga maret 2019 ini difungsikan sebagai gedung pengelola akademik dengan luas bangunan 2.640 m²

2. Gedung dosen

Gedung dosen terdiri dari tiga lantai diperuntukkan untuk tiga jurusan dan tujuh prodi yakni jurusan Syariah, jurusan Tarbiyah, dan jurusan UAD.

3. Gedung perkuliahan

Gedung yang st ini difungsikan sebagai gedung perkuliahan terdiri dari tiga gedung yaitu: gedung Alif, gedung Lam, dan gedung Mim yang masing-masing terdiri dari tiga lantai dan dilengkapi dengan berbagai saraa pendukung seperti AC, LCD dan CCTV.

Tabel 2
Data gedung rektorat

LANTAI	JUM. RUANG	FUNGSI RUANG
I	7	Ruang Akademik Dan Kemahasiswaan
		Umum, Administrasi Dan Keuangan
		Bendahara Dan Keuangan
		Ruang Kontrol
		Wc/Km
		Mushollah
II	7	Pusat Penjminan Mutu (P2M)
		Pusat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (P3M)

		Teknologi Informasi Dan Pangkalan Data (TIPD)
		Satuan Pengawas Internal (SPI)
		Ruang Rapat
		Ruang Kontrol
		Wc/Km
III	8	Ruang Ketua
		Ruang Wakil Ketua I
		Ruang Wakil Ketua II
		Ruang Wakil Ketua III
		WC/KM

Tabel 3
Data Gedung Dosen

LANTAI	JUM. RUANG	FUNGSI RUANG	RUANG
I	21	RUANG KAJUR SYARIAH DAN EBI	1
		RUANG ADMINISTRASI JURUSAN SYARIAH DAN EBI	1
		RUANG KAPRODI HKI	1
		RUANG DOSEN HKI	6
		RUANG DOSEN HES	6
		RUANG RAPAT	1
		RUANG KONTROL	1
		MUSHOLLAH	1
		WC/KM	3
II	22	RUANG KAJUR TARBIYAH DAN KEGURUAN	1

		RUANG ADMINISTRASI JURUSAN TARBIYAH DAN KEGURUAN	1
		RUANG KAPRODI PAI	1
		RUANG DOSEN TBI	6
		RUANG DOSEN PAI	6
		RUANG RAPAT	1
		RUANG KONTROL	1
		PERPUSTAKAAN	1
		MUSHOLLAH	1
		WC/KM	3
		III	23
RUANG ADMINISTRASI JURUSAN UAD	1		
RUANG KAPRODI BSA	1		
RUANG DOSEN UAT	6		
RUANG DOSEN KPI	6		
RUANG DOSEN BSA	2		
RUANG RAPAT	1		
RUANG KONTROL	1		
MUSHOLLAH	1		
WC/KM	3		

Tabel 4
Data gedung perkuliahan

Gedung	Jumlah ruang	Fungsi ruang
Alif	6	Ruang Kuliah, UKM, WC, dan Dan tempat wudhu
Lam	4	
Mim	9	

Visi, dan Misi STAIN Majene

1) Visi

Sebagai pusat kajian dan pengembangan ilmu-ilmu keislaman, dan kebudayaan yang unggul, dan *malaqbiq* di kawasan Timur Indonesia.

2) Misi

- a. Membuka akses pelayanan pendidikan Islam yang merata
- b. Menyelenggarakan Kajian Islam Sumber
- c. Menyelenggarakan dan mengembangkan kajian bahasa asing yang berbasis IT
- d. Melestarikan kearifan lokal (*local wisdom*) yang *Malaqbiq* melalui kegiatan penelitian
- e. Melaksanakan pengabdian Masyarakat melalui program kemitraan (*partnership*) dengan berbagai *stakeholders*

3) Tujuan penyelenggaraan kegiatan pada kampus STAIN Majene adalah:

- a. Menghasilkan sarjana Islam yang berkarakter, profesional, dan mandiri dalam ilmu-ilmu keislaman, dan kebudayaan kajian Islam
- b. Menghasilkan sarjana Islam, yang terampil berbahasa asing (arab dan inggris)
- c. Menghasilkan karya ilmiah yang berkualitas dan kompetitif
- d. Mewujudkan pengabdian yang bermutu, inovatif, produktif dan bermanfaat.

B. Temuan penelitian

Peneliti akan menjelaskan serta memaparkan temuan penelitian yang sudah peneliti lakukan di STAIN Majene khusus dalam mengetahui peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene tahun ajaran 2021/2022 perlu di tekankan dalam pengumpulan data dan informasi sehubungan dengan penelitian yang dilakukan ini menggunakan tehnik wawancara dengan beberapa narasumber.

Penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/2022 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun pada T.A 2021/2022

NAMA PRODI	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL MHS
	MHS	MHS	MHS	MHS	MHS	
Bahasa dan Sastra Arab	20	47	45	48	40	200
Hukum Ekonomi Syariah	49	103	225	154	100	631
Hukum Keluarga Islam	22	52	103	66	54	297
Ilmu Al Quran dan Tafsir	23	50	80	51	55	259
Komunikasi dan Penyiaran Islam	20	34	103	72	42	271
Pendidikan Agama Islam	89	181	270	252	219	1011
Tadris Bahasa Inggris	26	42	62	48	35	213
TOTAL	249	509	888	691	545	2882

Jalur pendaftaran SPAN merupakan seleksi Nasional berdasarkan penjarangan prestasi akademik dengan menggunakan nilai rapor dan prestasi lain, tanpa ujian tertulis di STAIN Majene jalur pendaftaran SPAN pada tanggal 29 februari sampai tanggal 15 maret 2021, sedangkan jalur UMPKIN adalah jalur seleksi penerimaan mahasiswa baru masuk STAIN di seluruh indonesia yang seleksinya berdasarkan hasil ujian tertulis yang dilaksanakan secara bersamaan oleh PTKIN di indonesia di STAIN Majene pendaftaran di mulai pada tanggal 1-30 April 2021 dan selanjutnya pada pendaftaran jalur UMM merupakan Ujian masuk Mandiri dilaksanakan pada tanggal 15 Juni-10 Agustus 2021.

Proses penyebaran informasi STAIN Majene menggunakan media sosial sebagai media sosialisasi antara lain, website, instagram, youtube, dan facebook ini bertujuan agar calon mahasiswa baru lebih banyak mendapatkan informasi karena sosial media yang mereka miliki bukan hanya facebook saja.

C. Facebook Sebagai media promosi kampus STAIN Majene

Akun *facebook* STAIN Majene resmi dikelola sejak tahun 2018. Media sosial facebook digunakan sebagai media informasi karena

dianggap sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini yang memerlukan media informasi serba cepat, mudah dan efisien.

Akun *facebook* STAIN Majene dikelola oleh bagian HUMAS, dan digunakan sebagai media informasi terkait keberadaan STAIN Majene baik yang bersifat akademik maupun non akademik.



Gambar 1. Akun Facebook STAIN Majene

a) Periklanan dan Publisitas pada *Facebook* STAIN Majene

Promosi yang biasanya dilakukan STAIN Majene adalah mengunjungi sekolah-sekolah diberbagai daerah yang ada di provinsi Sulawesi Barat untuk melakukan sosialisasi sehingga pelajar bisa mengetahui STAIN Majene dan apa-apa saja jurusan yang ada di STAIN Majene, namun sejak dua tahun terakhir sosialisasi dengan model seperti ini tidak lagi dilakukan karena kondisi pandemi.

“kita tidak bisa kesekolah-sekolah, kekator-kantor yang kita lakukan adalah sosialisasi melalui media sosial baik grup whatsapp sekolah-sekolah Majene se-Sulbar, ada juga grup pesantern, Mamuju Utara, Majene, Polman dan Mamasa selama ini kita tidak bisa.³⁷

Strategi sosialisasi yang dilakukan sebagai usaha penyebaran informasi selama masa pandemi terbatas pada beberapa daerah saja melalui group *whatsapp*.

³⁷ Wawancara dengan wakil ketua I bapak muliadi pada tanggal 6 september 2021

Bentuk sosialisasi lainnya dilakukan melalui publikasi media sosial *facebook* yaitu dengan mengelurkan berupa video sehingga masyarakat bisa melihat dan bisa memahami informasi yang di publikasikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan humas STAIN Majene

“publikasi yang kami lakukan setiap melakukan publikasi umunya berita yang kami salurkan berupa video penyampaian termasuk Misalkan dunia maya pasti ada video yang di ikuti oleh video”³⁸

Bentuk Promosi yang sering dilakukan STAIN Majene sebelum masa pandemi dilakukan dengan mengunjungi sekolah-sekolah untuk melakukan sosialisasi sehingga calon mahasiswa bisa mengetahui STAIN Majene dan apa-apa saja jurusan yang ada di STAIN Majene.

“Ya kita tidak bisa melakukan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah ke kator-kantor misalnya yang kita lakukan adalah sosialisasi melalui media sosial gmail grup watsap sekolah majene sesulbar, ada juga grup pesantern, mamuju utara,majene, polman dan mamasa selama ini kita tidak bisa.”³⁹

STAIN Majene memiliki web khusus yang menangani bagaimana metode atau cara menyampaikan pesan dan informasi tentang penerimaan mahasiswa. humas STAIN Majene menyediakan link khusus yang di keluarkan ole kampus. facebook hanya sebagai pelengkap saja bagaimana menyampaikan informasi hanya menjadi konten dunia maya yang menjadi bahan informasi tambahan

“untuk serius melaksanakan kesitu memang facebook hanya menjadi tambahan link informasi resmi kampus disitulah ada web site sehinggadisitulah memaksimalakan pengimpoannya semua bisa mengakses secara resmi karena facebook masi rawan dari heker di ambil ali oleh orang maka maka secara tidak langsung data yang kita masukan

³⁸ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

³⁹ Wawancara dengan wakil ketua I bapak muliadi pada tanggal 6 september 2021

akan bisa dibaca orang bahkan di rubah yang tidak ingikan sehingga secara formal dan lebih serius ke facebook Selama ini hanya ada dua pengelolah facebook kampus itupun berlangsung tigabulan terakhir sementara ini hanya satu orang yang menangani.”

upaya humas STAIN Majene untuk memaksimalkan penyebaran informasi penerimaan mahasiswa baru tetap profesional untuk pengelolaan data penting kampus atau pengimprmasian kampus tetap kami kerjakan facebook kampus informasi-informasi.

“Dalam upaya humas STAIN Majene membuat kesepakatan untuk menjadikan target wilayah bersama humas STAIN Majene dalam memaksimalkan apa yang menjadi fokus”

Dalam pengelolaannya hanya ada dua pengelolaan Facebook STAIN Majene dan hanya 3 bulan berlangsung sehingga STAIN Majene terus berupaya mengoptimalkan facebook STAIN Majene.

“Selama ini hanya ada dua pengelolafacebook kampus STAIN Majene itupun hanya tiga bulan berlangsung, berakhir sementara ini hanya satu orang menjalankan atau menangani bidang ini”

Informasi di media sosial bukan hanya informasi kampus tetapi STAIN Majene juga informasi seputar kegiatan kampus lainnya.

“Banyak sumua kegiata akademik kampus seperti pelatihan, kunjungan mentri, bupati misal kunjungan ke STAIN Majene termasuk demotrasi kampus dimasukkan juga.⁴⁰

Di sisi lain, informasi melalui *facebook* tidak menjadi media informasi populer bagi calon mahasiswa. Salah satu alasannya karena keterbatasan menjangkau jaringan internet. Informasi ini didapatkan dari AL calon mahasiswa yang berdomisili di lenggo sebagaimana yang melalui wawancara via *whatsapp*

⁴⁰ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

“ tidak jaringan di kampung ku jadi susah dapat info, jd informasi tentang saya dapat dari teman”⁴¹

Calon mahasiswa lainnya lebih memilih mencari informasi melalui *website* dan *group whatsapp* karena IT tidak menggunakan media sosial *facebook*.

“ informasi tentang STAIN saya dapat dari teman, dan diberikan saran untuk mencari informasi di website STAIN Majene www.stainmajene.ic.id”⁴²

Menurut Mulyana *sales promotion* ditujukan untuk merangsang atau menarik peminat pembaca dengan menawarkan atau menampilkan suatu produk dengan cara menerapkan konteks pada suatu produk sehingga peminat atau pembeli lebih tertarik melihatnya.⁴³

Jika mengamati materi *sales promotion* akun *facebook* STAIN Majene harus lebih memberikan lagi sedikit perubahan terhadap tampilannya baik dari tulisan, warna dan lain sebagainya agar calon mahasiswa ataupun pembaca tidak bosan melihat akun *facebook* STAIN Majene.

b) Penerapan Konteks pada *Facebook* STAIN Majene

Media sosial harus memiliki tampilan yang menarik karena tampilan tersebut yang akan menjadi daya tarik untuk di kunjungi seseorang, kesan pertama yang ditimbulkan dari tampilan media sosial dapat menunjukkan ciri khas dalam media sosial tersebut sehingga menciptakan kesan pertama yang positif.

Upaya-upaya khusus agar tampilan virtual *facebook* STAIN Majene menjadi menarik yaitu dengan menggunakan ahlinya dengan membuat sesuatu yang lebih sehingga orang-orang tidak bosan untuk melihat *facebook*.

⁴¹ Wawancara dengan AL calon mahasiswa baru STAIN Majene pada tanggal 2 september 2021

⁴² Wawancara dengan SW calon mahasiswa baru STAIN Majene pada tanggal 23 Agustus 2021

⁴³ Mulyana, 'strategi promosi dan komunikasi', June, 2019.

Ada Misalkan kita bikin sesuatu yang lebih, kita menggunakan ahlinya yang memang membidani baik diploa fidio-fidio atau komunitas-komunitas diluar yang ahli di bidangnya.⁴⁴

Mendesain elemen virtual *facebook* STAIN Majene khusus dilakukan oleh humas STAIN Majene di bantu juga oleh orang-orang yang sudah terbiasa dalam bidangnya.

“Tentunya khusus humas mengerjakan itu tapi dibantu oleh kawan-kawan yang memang terbiasa bekerja dibidannya desain terutama mengedit fidio tapi tetap dibawa kordinasi humas”⁴⁵

Penempatan warna gambar tulisan dan objek virtual tertentu yang menjadi ciri tertentu yang menjadi karakteristik STAIN Majene di *facebook*

“Beberapa ciri khas STAIN harus memeng di tampilkan dalam Harus ada STAIN Majene unggul dan *Malaqbiq* logo gambar gedung”⁴⁶

STAIN Majene juga nmenggunakan *link* tertentu untuk informasi lebih lanjut agar mudah di akses.

“Ia dengan cara kita masuk saja link STAIN Majene karna ada beberapa yang sengaja dibuat ada juga yang dibuat oleh mahasiswanya sendiri”⁴⁷

Mengupayakan agar pembaca lebih muda dimengerti setiap info yang dibagikan dan tidak mudah berali ke website/mesia sosial lainnya STAIN Majene mengupluad dengan membarengi dengan foto atau video.

“upaya yang kami lakuka dalam memberikan informasi melalui website kami barengi dengan Kita foto yang menarik atau fidio yang dibuat sedemikian rupa diedit yang sedemilian rupa”⁴⁸

c) Konten *Facebook* STAIN Majene

⁴⁴ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁴⁵ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁴⁶ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁴⁷ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁴⁸ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

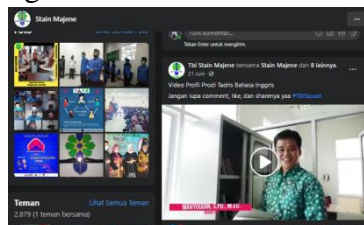
Penerimaan mahasiswa baru tahun ajaran 2021/2022 memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi tidak terkecuali *facebook*. Informasi dimaksudkan agar mahasiswa dapat mengetahui informasi terkait jadwal dan alur pendaftaran tahun ajaran 2021/2022



Gambar 2 Screenshot postingan info pendaftaran jalur ujian masuk mandiri di FB STAIN Majene

Jenis informasi yang disajikan pada akun *facebook* sangat beragam. Informasi tentang semua jurusan/prodi ada di *facebook* STAIN Majene, sehingga semua orang bisa mengetahui semua informasi tentang jurusan/prodi bahkan informasi sarana dan prasarana pun di informasikan dalam media sosial *facebook* STAIN Majene.

Setiap jurusan kami masukan di *facebook*.kami punya Sarana dan sarana dan prasarana baik Perpustakaan gedung doseng rektorat gedung kulliahan⁴⁹

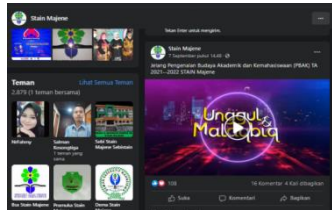


Gambar 3 Screen shot konten fb tentang info salah satu prodi di STAIN Majene

⁴⁹ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

Media sosial *Facebook* STAIN Majene juga memadukan teks, gambar, video, animasi dan grafis agar menarik perhatian khalayak.

beberapa panduan membuat video grafis atau upaya-upaya lebih menarik perhatian. Ada kita selalu buat baik gambar.⁵⁰



Gambar 4 postingan atau konten di facebook STAIN Majene yang memadukan Teks, gambar, video dan animasi

Facebook STAIN Majene juga selalu membuat konten-konten baru dan viral sehingga dapat menarik pembaca atau orang melihatnya

Kita selalu membuat konten-konten baru dan viral sehingga dapat menarik pembaca atau orang melihat setelah kami upload bisa tertarik dan bisa tertarik atas apa yang kami buat baik inovasi-inovasi yang baru misalnya ada hal yang viral kita ajukan dan di upload.⁵¹

d) Pengelolaan Komunitas pada *Facebook* STAIN Majene

Admin STAIN Majene juga memberikan tanggapan atau respon yang baik kepada orang atau pengikut *facebook* STAIN Majene yang berkomentar.

Iya pada saat orang bertanya misalkan *facebook* STAIN Majene mengiklankan sebuah pendaftaran dan sampai kapan. selalu memberikan tanggapan-tanggapan atau kegiatan yang mereka inginkan dengan mengarahkan ke *facebook* STAIN Majene setiap saat mendapat informasi dari kita⁵²

Bahasa yang digunakan dalam berinteraksi dengan pengikut atau pengguna menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan di mengerti.

⁵⁰ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁵¹ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁵² Wawancara dengan humas STAIN Majene pa k akbar pada tanggal 24 agustus 2021

Seperti biasa tidak terlalu formal mudah dipahami santun sehingga dapat dipahami oleh pengguna *facebook* STAIN Majene.⁵³

Metode khusus yang digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut atau pengguna *facebook* dengan membuat video informasi sehingga menarik perhatian pengguna *facebook* lainnya.

kita cukup memberikan informasi-informasi yang penting yang jelas bahkan dan upaya-upaya konten-konten yang menarik video-video menarik.⁵⁴

e) Integrasi Facebook STAIN Majene dengan media sosial lainnya

STAIN Majene tidak hanya menggunakan *facebook* sebagai media promosi tetapi ada beberapa media sosial yang STAIN Majene gunakan.

Ada beberapa media sosial yang kami buat seperti instgram youtube sehingga pengguna bisa melihat informasi melalui media sosial tersebut serta bagaimana berupaya untuk mengembangkan citra STAIN Majene yang unggul dan malaqbi salah satunya pengabdian kepada masyarakat.⁵⁵

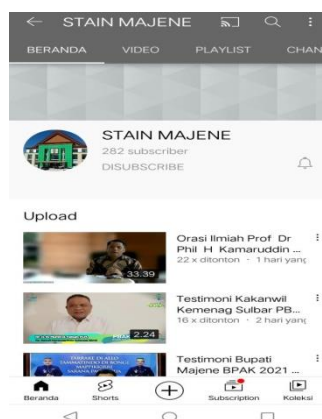


Gambar 5 Instagram STAIN Majene

⁵³ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁵⁴ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021

⁵⁵ Wawancara dengan humas STAIN Majene pak akbar pada tanggal 24 agustus 2021



Gambar 6 youtube STAIN Majene

Keunggulan menggunakan media untuk mempromosikan STAIN Majene yaitu jangkauannya luas sehingga semua bisa melihat info yang diupload di *facebook* STAIN Majene.

“Keunggulan itu bila mana menggunakan media sosial dimana jangkauannya luas kemudian bisa tayang setiap saat bila ada jaringan kemudian keunggulannya adalah kampus kita bagus itu sala satu keunggulan di sulaweai barat kemudian profil bagaimana ruangan kelas kita yang ber ace tektorat yang bisa langsung naliat masyarakat dan gedung perkulliahan⁵⁶

Peneliti juga mewawancarai beberapa mahasiswa baru untuk mengetahui lebih jelas informasi yang didapatkan di media sosial *facebook* STAIN Majene dapat diterima denga baik.

NA mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menuturukan bahwa infromasi tentang STAIN Majene didapatkan melalui *facebook*, informasi yang didapatkan sangat lengkap baik informasi kampus dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang di siapkan saat mendaftar di facabook STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN

⁵⁶ Wawancara dengan wakil ketua I bapak muliadi pada tanggal 6 september 2021

Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN Majene.

Hal ini juga di perjelas oleh FZ yang merupakan mahasiswa baru STAIN MAJENE angkatan 2021 Prodi pendidikan agama Islam dia memiliki dua akun *facebook* dan menggunakan *facebook* sebagai media mencari informasi sehingga dia mendapatkan informasi di *facebook* STAIN Majene tentang pendaftaran, postingan *facebook* STAIN Majene mengenai informasi pendaftaran sangat membantu karena dia juga bisa mengetahui penerimaan mahasiswa baru serta jurusan yang tersedia di kampus STAIN Majene karena dia membuka hampir setiap saat.

Menurut SR yang merupakan mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 prodi hukum keluarga islam yang memiliki beberapa sosial media seperti *facebook* dan menggunakannya hampir setiap hari. Informasi yang didapatkan dari *facebook* STAIN Majene cukup membantu dalam mencari informasi apa lagi di saat pandemi saat ini menurutnya promosi *facebook* STAIN Majene sangat baik dan memuaskan karena dari akun tersebut dapat mengetahui keadaan tentang STAIN Majene.

AS mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Tadris Bahasa Inggris, menuturkan bahwa informasi tentang STAIN Majene didapatkan dari informasi senior di STAIN Majene informasi yang didapatkan sangat lengkap baik informasi kampus dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang disiapkan saat mendaftar di *facebook* STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN Majene menurutnya STAIN Majene itu our lovery kompus. Kampusunggul dan malabiq kampus yang aesthetic karena letaknya sangat stategis.

PT mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Hukum Ekonomi Syariah, menuturkan bahwa informasi tentang STAIN Majene didapatkan dari teman, terus mendapatkan informasi dari salah satu senior yang kebetulan kuliah di STAIN Majene tapi sekedar tau belum tau apa itu STAIN Majene. Informasi yang didapatkan sangat lengkap baik informasi kampus dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang di siapkan saat mendaftar di facebook STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN.

ND mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Ilmu Alquran dan Tafsir, menuturkan bahwa informasi tentang STAIN Majene didapatkan dari Saya mengetahui kampus STAIN Majene dari ustad dan ustazah yang kuliah di STAIN Majene, dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang di siapkan saat mendaftar di facebook STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN.

ND mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Ilmu Alquran dan Tafsir, menuturkan bahwa informasi tentang STAIN Majene didapatkan dari Saya mengetahui kampus STAIN Majene dari ustad dan ustazah yang kuliah di STAIN Majene, dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang di siapkan saat mendaftar di facebook STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN.

RS mahasiswa baru STAIN Majene angkatan 2021 Prodi Ilmu Alquran dan Tafsir, menuturkan bahwa informasi tentang STAIN Majene didapatkan dari Saya mengetahui kampus STAIN Majene dari teman., dan informasi tentang pendaftaran STAIN Majene sehingga setiap ingin melihat atau mengurus berkas-berkas yang di siapkan saat mendaftar di facebook STAIN Majene sudah tersedia dan lengkap menurutnya informasi yang dia dapatkan di *facebook* STAIN Majene sangat membantunya dalam mencari informasi tentang STAIN.

E. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Facebook STAIN Majene

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi ketidak maksimalan suatu promosi yang dilakukan oleh pihak kampus adalah kurangnya pemakai facebook mereka lebih memilih media lainnya contohnya Whatsap. Mereka memiliki whatshap karena lebih maksimal karena menggunakan whatsapp grup sehingga mudah melihat informasi yang dikirim kegrup tersebut. Kekurang maksimalan facebook stain majene bisa di picu dari info yang calon mahasiswa mereka dapat info dari temannya atau dari seniornya.

Keunggulan menggunakan facebook untuk mempromosikan STAIN Majene salah satunya adalah jangkauannya luas sehingga semua orang bisa melihat informasi yang ada di facebook STAIN Majene, facebook juga bisa dibuka tanpa kuota atau tanpa data Internet karena facebook ada yang gratis untuk pemakaiannya. Facebook banyak di gunakan karena facebook lebih dikenal terlebih dahulu dari pada media lainnya contohnya whatsapp instagram maupun media lainnya. Facebook juga mudah di oprasikan.

F. Pembahasan

a) Peran *Facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A. 2021/2022.

a. Periklanan dan Publisitas pada *Facebook* STAIN Majene

Sebagai bagian dari bauran promosi, kegiatan periklanan dan publisitas pada *Facebook* STAIN Majene menggunakan bentuk promosi berupa video. Periklanan dan promosi melalui video

dimaksudkan agar audiens atau masyarakat mampu mengerti materi iklan dan publisitas secara lebih efektif.

Konten publisitas yang dituliskan pada *Facebook* STAIN Majene berupa kegiatan sosialisasi ke berbagai sekolah di Sulawesi Barat. Selain itu, konten publisitas lainnya berupa kunjungan instansi pemerintah ke STAIN Majene atau sebaliknya

Menurut Mulyana, publisitas merupakan pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah) atau merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal yang bersifat komersial⁵⁷

Jika mengamati materi publikasi pada *Facebook* STAIN Majene memang masih perlu peningkatan dalam hal kreatifitas dan inovasi konten agar hasilnya bisa menarik minat masyarakat dalam hal calon mahasiswa untuk membaca atau mengakses *Facebook* STAIN Majene, hal ini disebabkan konten pada *Facebook* STAIN Majene lebih kepada kegiatan seremonial dibandingkan konten tentang aktifitas pendidikan di kampus.

b. Penerapan Konteks pada *Facebook* STAIN Majene

Tampilan *facebook* sebagai media yang menawarkan gambar serta teks yang menarik menjadi penunjang kegiatan promosi STAIN Majene karena informasinya mudah diterima oleh masyarakat.

Tampilan *facebook* STAIN Majene menempatkan warna gambar tulisan dan objek virtual tertentu yang menjadi karakteristik STAIN Majene di *facebook* dan STAIN Majene juga menggunakan link tertentu untuk informasi lebih lanjut agar mudah di akses. Semua ini ditangan oleh orang yang memang ahli dalam bidangnya dengan dibawah pengawasan humas STAIN Majene

⁵⁷ Mumu Mulyana, 'strategi promosi dan komunikasi', June, 2019.

agar pembaca lebih tertarik melihat tampilan akun *facebook* STAIN Majene.

Menurut Mulyana *sales promotion* ditujukan untuk merangsang atau menarik peminat pembaca dengan menawarkan atau menampilkan suatu produk dengan cara menerapkan konteks pada suatu produk sehingga peminat atau pembeli lebih tertarik melihatnya.⁵⁸

Jika mengamati materi *sales promotion* akun *facebook* STAIN Majene harus lebih memberikan lagi sedikit perubahan terhadap tampilannya baik dari tulisan, warna dan lain sebagainya agar calon mahasiswa ataupun pembaca tidak bosan melihat akun *facebook* STAIN Majene. (HARUSNYA TEORI TENTANG KONTEKS, BUKAN SALES PROMOTION)

c. Konten Facebook STAIN Majene

Pembuatan Konten dalam kegiatan promosi sangat penting karena setiap pengguna ingin mengetahui informasi yang terjadi saat ini sehingga pembaca besar kemungkinan akan mengunjungi situs atau media sosial itu kembali sebab pembaca telah menemukan informasi yang lengkap dan berkualitas.

Akun *Facebook* STAIN Majene memberikan atau membuat konten berupa informasi tentang STAIN Majene, semua jurusan/prodi yang dimiliki bahkan informasi pendaftaran mahasiswa baru sehingga calon mahasiswa baru bisa lebih mudah mendapatkan informasi dari akun media sosial tersebut konten-konten tersebut memadukan teks gambar, video, animasi, dan grafis. bukan hanya informasi tentang STAIN Majene tetapi konten-konten baru dan viral sehingga bukan hanya calon mahasiswa baru yang mengakses akun media sosial tersebut tetapi semua masyarakat.

⁵⁸ Mumu Mulyana, 'strategi promosi dan komunikasi', June, 2019.

Akun *facebook* STAIN Majene dengan menggunakan konten-konten sangat membantu mendapatkan informasi yang ada baik kalangan masyarakat maupun kalangan mahasiswa sehingga dapat mengurangi rasa kejenuhan atau memaksimalakamn informasi yang ada pada *facebook* STAIN Majene. Dengan konten yang ada STAIN Majene mengupayakan agar facebook STAIN Majene mengupdate informasi untuk kepentingan mahasiswa

Gitusudarmo mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.⁵⁹

Jika mengamati Materi Promosi pada *Facebook* STAIN Majene informasi atau konten yang dipublikasikan akun *facebook* STAIN Majene hanya lebih kepada tentang kegiatan seremonial STAIN Majene seharusnya akun *Facebook* STAIN Majene juga membuat konten tentang aktifitas pendidikan di kampus agar informasi yang di butuh masyarakat atau calon mahasiswa baru lebih lengkap.

Kegiatan bauran promosi di media sosial harus di kelola dengan baik agar semua informasi bisa terarah dengan jelas dan pembaca yang masih kurang jelas atas informasi yang diberikan atau diupload oleh akun media sosial tersebut bisa ditanggapi dengan cepat.

d. Pengelolaan Komunitas Facebook STAIN Majene

Media sosial *Facebook* STAIN Majene dikelola oleh salah satu admin yang bertugas untuk memberikan tanggapan atau respon yang baik kepada orang atau pengikut *facebook* STAIN Majene sehingga pembaca lebih gampang mencari informasi yang

⁵⁹ Priskilia and Tony Sitinjak, 'Pengaruh Iklan Promosi Penjualan Dan Persepsio Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta',

dibutuhkan dalam menanggapi admin STAIN Majene menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami.

Media sosial *facebook* STAIN Majene sangat berpengaruh dengan adanya informasi yang ada pada *facebook* untuk mengupayakan agar informasi yang ada pada STAIN Majene bisa tersebar dengan maksimal. Dengan adanya *facebook* STAIN Majene mengelolah informasi sangat efektif baik dikalangan Mahasiswa maupun dosen dengan informasi yang ada sangat gampang diketahui atau berjalan maksimal.

Menurut Caleb T. Carr media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertentu, dengan khalayak luas maupun tidak⁶⁰

Jika mengamati materi sosial media pada akun *facebook* STAIN Majene pengelolaanya masih perlu ditingkatkan lagi karena ada beberapa pengguna mengaku jika pesan yang dikirimkan tidak mendapat respon dengan cepat oleh pihak *admin*

Dalam baruan promosi penggunaan media sosial sangat penting untuk menarik khalayak sehingga masyarakat atau pembaca lebih banyak mendapatkan informasi dari media sosial lainnya bukan hanya satu karena sekarang pembaca atau masyarakat memiliki beberapa akun media sosial.

e. Integrasi Facebook STAIN Majene dengan media lain

STAIN Majene mempunyai beberapa akun sosial media untuk dijadikan sebagai media promosi seperti youtube dan instagram sehingga pengguna lebih mudah mendapatkan informasi dan STAIN Majene juga dapat mengembangkan citranya yang Unggul dan malaqbi.

⁶⁰ Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. 2015. *Social Media: Definining, Developing, and Divining*, *Atlantic Journal of Communication*.

STAIN Majene juga menggunakan media sosial lainnya seperti *Instagram*, *You Tube* untuk memberikan informasi seputar STAIN Majene dengan membuat konten-konten yang menarik untuk dilihat oleh mahasiswa maupun masyarakat yang ingin mengetahui tentang STAIN Majene.

Media sosial *facebook* juga bertujuan untuk menginformasikan kepada khalayak begitupun *instagram* yang digunakan menginformasikan tetapi STAIN Majene hanya focus mengelola *facebook* untuk memberikan informasi tetapi media sosial lainnya seperti *Instagram*, *youtube* juga di jalankan dengan mengupload informasi tentang STAIN Majene tetapi belum semaksimal *facebook* seperti *instagram* STAIN Majene mengupload konten terakhir pada bulan juli sedangkan *you tube* STAIN Majene pada 9 hari yang lalu ini membuktikan bahwa *facebook* lebih maksimal digunakan.

Teori *New Media* merupakan teori yang dikembangkan oleh *pierre Levy*, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital.

Jika mengamati materi *new media* STAIN Majene menggunakan beberapa media sosial di era digital saat ini untuk mempromosikan atau memberikan informasi terkait STAIN Majene kepada khalayak tetapi hanya akun media sosial *facebook* yang lebih aktif dalam membuat konten berupa informasi sedangkan media sosial lainnya tidak terlalu aktif membuat konten.

Facebook merupakan jejaring sosial yang saat ini diminati oleh masyarakat maka dari itu *facebook* juga menjadi tempat promosi untuk mempromosikan semua usaha-usaha masyarakat atau kegiatan-kegiatan instansi yang terkait seperti hal STAIN Majene yang mempromosikan semua kegiatan atau informasi penerimaan mahasiswa baru STAIN

MAJENE setiap tahun dengan menggunakan media sosial yaitu *facebook* bukan hanya *facebook* tetapi beberapa media yang digunakan STAIN Majene seperti *you tube* dan *instagram* dan ada beberapa metode yang dilakukan STAIN Majene untuk mempromosikan semua informasi terkait kampus yaitu dilakukan di *web* yang bisa di akses secara resmi dari STAIN dibawa kordinasi pangkala data agar masyarakat bisa mengakses informasi tentang STAIN Majene dan setiap tampilan web dikelola oleh orang yang ahli dalam bidangnya seperti halnya mendesain tampilan *facebook* STAIN Majene.

Pengelolaan informasi melalui *facebook* di kelola oleh admin STAIN Majene dengan mengupload informasi dengan bentuk video atau foto sehingga masyarakat lebih tertarik untuk melihat informasi tersebut seperti informasi jurusan, prodi, info tentang organisasi kampus dan info penerimaan mahasiswa baru atau prestasi-prestasi yang di capai oleh mahasiswa STAIN Majene karena sasaran yang ditargetkan ialah masyarakat atau siswa-siswi yang ingin melanjutkan pendidikan keperguruan tinggi.

Promosi di *facebook* terkait informasi penerimaan mahasiswa baru membuat calon mahasiswa merasa dimudahkan karena semua informasi pendaftaran atau berkas-berkas yang menjadi persyaratan untuk mendaftar di STAIN Majene sudah terupload di *facebook* STAIN Majene.

G. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam *Facebook* untuk promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene.

- Faktor pendukung
 - Tampilan facebook yang menarik facebook STAIN Majene menggunakan facebook sebagai media promosi sehingga mampu menarik minat
 - Konten yang informatif

- Mudah di jangkau
- Faktor penghambat
 - Akses internet belum memadai seperti wilayah sulawesi barat akses jaringan internya belum merata, sehingga penggunaan media sosial sebagai media informasi juga terbatas.
 - Masih ada beberapa mahasiswa yang belum memahami tentang tekhnologi
 - Beberapa mahasiswa tidak memiliki akun media sosial.

Untuk promosi penerimaanma hasiswa STAIN Majene adalah dimana masyarakat tidak mengetahui akan adanya informasi tentang STAIN Majene dikarenakan wilayah mereka masuk pedalaman atau akses internet belum memadai bahkan ada suatu daerah belum ada listriknya sehingga ini menjadi sala suatu faktor kurang memaksimalnya promosi yang kita lakukan atau bahkan ada daera belum banyak tau tentang STAIN Majene. Promosi yang lakukan tidak berjalan dengan maksimal atau tidak efektif sehingga banyak calon mahasiswa yang tidak mengetahui informasi penerimaan mahasiswa baru melalui media sosial *facebook*.

Mahasiswa Stain majene menggunaka *facebook* untuk memperoleh informasi yang ada di akun *facebook* STAIN Majene sehingga mahasiswa maupun masarakat bisa mendapatkan informasi baik menggunakan media *facebook* maupun media lainnya. Dengan menggunakan *facebook* kita bisa melihat apa saja informasi yang ada pada *facebook* STAIN Majene dengan mudah dan murah bahkan sala satu media informasi yang ada sala satu media yang bisa kita pergunakan untuk melihat informasi yang ada pada akun *facebook* tampak mengguankan kota atau dengan cara gratis.

Dierah moderen ini kita tidak bisa terlepas dari teknologi sehingga interaksi yang kita lakukan tidak bisa terlepas dari media atau teknologi yang baik dikalangan maha siswa maupun masrakat luas. Baik secara indifidu maupun kelompok. *facebook* STAIN Majene

bisa mengirim informasi secara cepat dan aktual baik tampilan tampilan yang ada pada *facebook* dibuat dengan menarik sehingga dapat memikat para pembaca, dengan menggunakan *facebook* STAIN Majene menggunakan media *facebook* sebagai media promosi untuk memikat calon mahasiswa baru. STAIN Maejen menggunakan media *facebook* sebagai mediapromosi dikarenakan media ini sangat muda dijangkau dan cara pengoperasiannya sangat muda.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi, analisis dan pembahasan data maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Peran *facebook* dalam promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene T.A 2021/2022
 - a) Periklanan dan publisitas pada *facebook* STAIN Majene
Konten publisitas yang dituliskan pada *Facebook* STAIN Majene berupa kegiatan sosialisasi ke berbagai sekolah di Sulawesi Barat. Selain itu, konten publisitas lainnya berupa kunjungan instansi pemerintah ke STAIN Majene atau sebaliknya.
 - b) Penerapan konteks pada *facebook* STAIN Majene.
Tampilan *facebook* STAIN Majene menempatkan warna gambar tulisan dan objek virtual tertentu yang menjadi karakteristik STAIN Majene di *facebook* dan STAIN Majene juga menggunakan link tertentu untuk informasi lebih lanjut agar mudah di akses, sehingga pembaca tertarik melihat tampilan akun *facebook* STAIN Majene
 - c) Konten facebook STAIN Majene
Akun *Facebook* STAIN Majene memberikan atau membuat konten berupa informasi tentang STAIN Majene, semua jurusan/prodi yang dimiliki bahkan informasi pendaftaran mahasiswa baru. Pengelolaan komunitas *facebook STAIN MAJENE*
 - d) Media sosial *Facebook* STAIN Majene dikelola oleh salah satu admin yang bertugas untuk memberikan tanggapan atau respon yang baik kepada orang atau pengikut *facebook* STAIN Majene sehingga pembaca lebih gampang mencari informasi yang dibutuhkan dalam menanggapi admin STAIN Majene menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami.
 - e) Integrasi *facebook* STAIN Majene dengan media lain

STAIN Majene mempunyai beberapa akun sosial media untuk dijadikan sebagai media promosi seperti youtube dan instagram sehingga pengguna lebih mudah mendapatkan informasi dan STAIN Majene juga dapat mengembangkan citranya yang Unggul dan malaqbi.

2. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam *Facebook* untuk promosi penerimaan mahasiswa baru STAIN Majene.
 - Faktor pendukung
 - Tampilan facebook yang menarik
 - Konten yang informatif
 - Mudah di jangkau
 - Faktor penghambat
 - Akses internet belum memadai pada pengguna facebook
 - Masih ada beberapa mahasiswa yang belum memahami tentang teknologi
 - Beberapa mahasiswa tidak memiliki akun media sosial.

B. Saran

1. Humas STAIN Majene sebaiknya mengelola secara profesional akun facebook sebagai media sosialisasi dan informasi kepada publiknya.
2. Humas hendaknya menetapkan strategi dalam melakukan promosi kampus baik melalui media konvensional maupun media online, dengan memberikan informasi yang bervariasi dan informatif yang secara tidak langsung berpengaruh pada pembentukan citra positif STAIN Majene

Daftar pustaka

Anastasiaa Siwi Fatma Utami and Nur Baiti, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying PadKalangan Remaja', *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 18.2 (2018),

Abdorrahman Ginting. (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkanuntuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*. Bandung: Humaniora

Andi dan MADCOMS, Gaul Berteman Lewat *Facebook*, (Yogyakarta: C.V Andi Offiset, 2012),

Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial:Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta : PrenadamediaGroup.

Al Qur'an : QS. Al-Maidah:8 kementrian Agama : Tahun 2019

Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. 2015. *Social Media: Definini, Developing,and Diviningl, Atlantic Journal of Communication*.

Gusti Ngurah Aditiya, *Tesis Analisa Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap*

Pembentukan Brend Attachment, (Studi: PT. XL AXIATA) Program Magister Menejemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia,

Jurnal hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020

Koraang Malabiq : Terjemahan bahasa mandar depertemen agama, 2018

P.N. Howard dan M.R Parks, 2012, *American Behavioral Scientist*, Vol. 45 No. 3,November 2001 33-404

Penelitian melalui google from terhadap mahasiswa KPI STAIN Majene

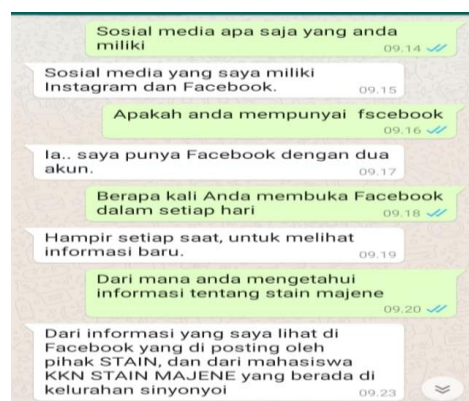
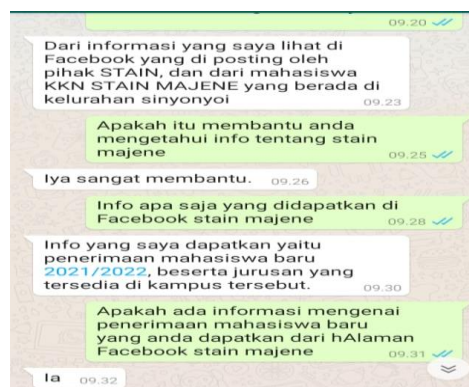
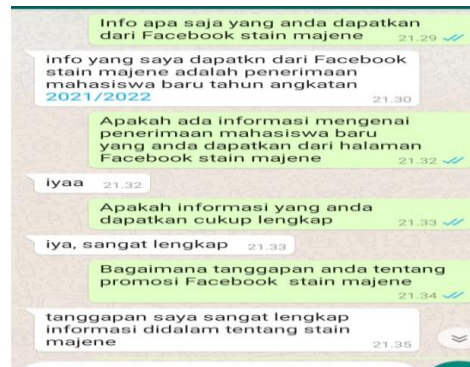
Wati, Mardiana dan Rizky, A. R.(2009). *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*. Bandung: CV. Yrama Widya

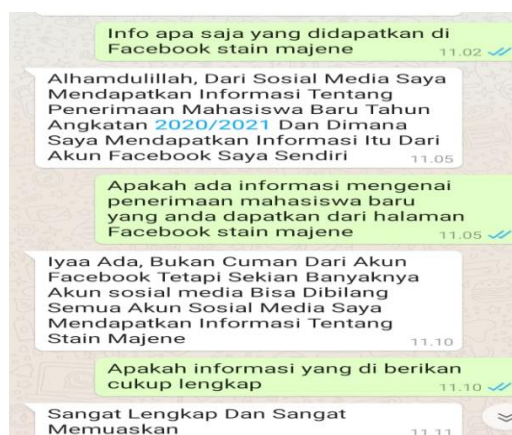
Susanto mustika hakim, ambar lukitaningsih, 'Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta', *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2.3 (2020),

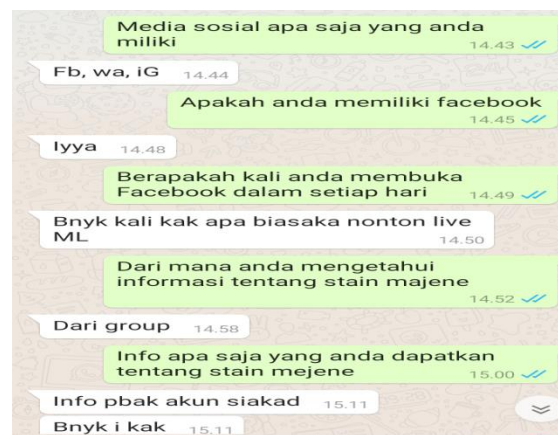
Utami and Baiti. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Kalangan Remaja Cakrawala - Jurnal Humaniora 2018

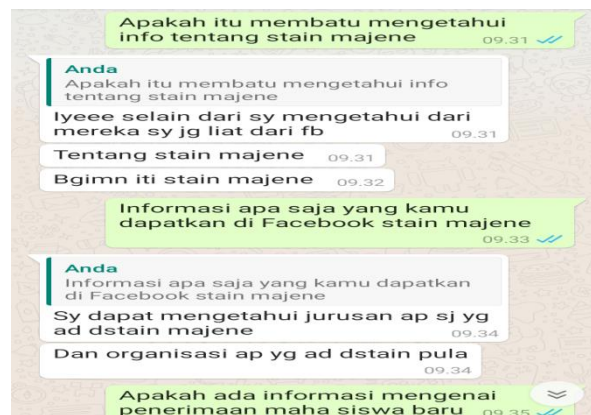
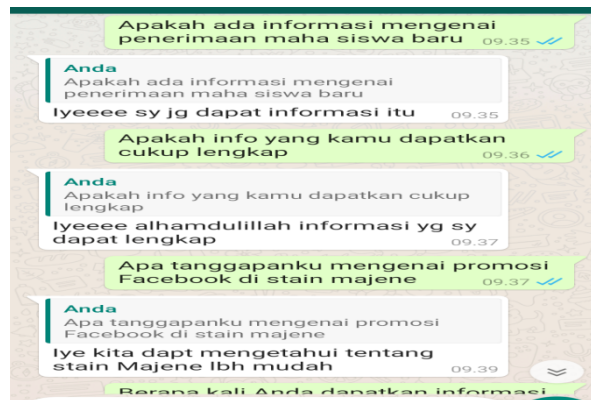
1	30156121 027	ULFAH AULIAH AMIR	Jln. Wolter Monginsidi , Labuang Utara Kec. Banggae Timur	Martajaya, 31 Agustus 2002	IAT	1	085342182 585
2	20156121 035	NURMAGHFIRAH	Passarang selatan, Totoli Kec. Banggae	Majene, 05 April 2003	HKI	1	082189813 869
3	20256121 091	REZKIAMALIAP UTRI	Kompleks perumahan lutang, Kel Tande Timur, Banggae Timur	Majene, 19 Februari 2003	HES	1	082113986 147
4	30256121 021	NURUL ILMI	Konja, Kel. Pambobor Kec. Banggae	Dusun konja, 05 Juli 2003	BSA	1	082195282 313
5	30156121 053	ANISA QURRATUAIN	Jl. Ulama No. 28 Desa. Bonde Kec. Campalagian	Polmas, 21 Desember 2002	IAT	1	085399993 621
6	10156121 031	NURUL ANNISA HADI	Dusun Samma Desa Buku, Kec. Mapilli	Taraujung, 22 Juni 2003	PAI	1	085241833 327
7	10256121 020	INTAN JUWITA	Wailotong, Kel. Tumbu Kec. Topoyo, Mateng	POLMAS, 11 Juli 2003	TBI	1	082296381 095

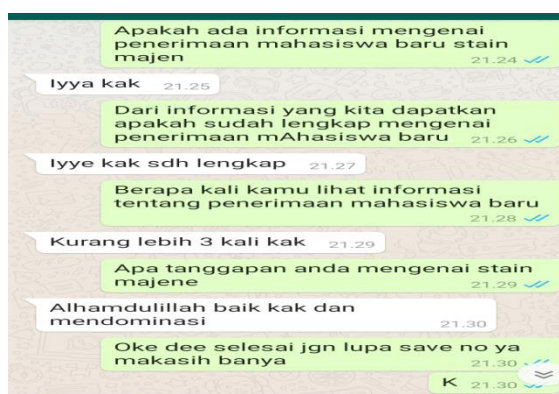
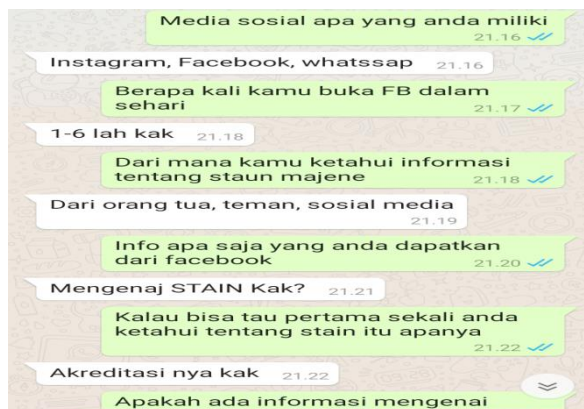
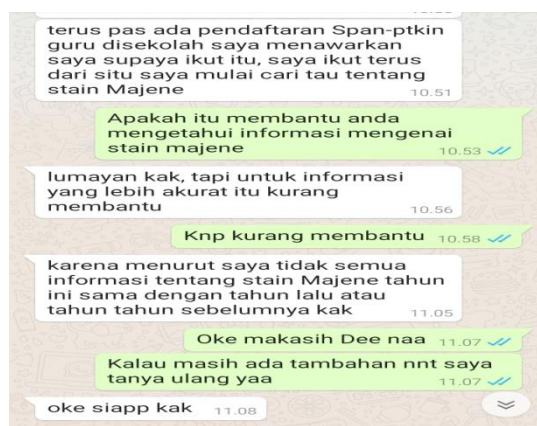
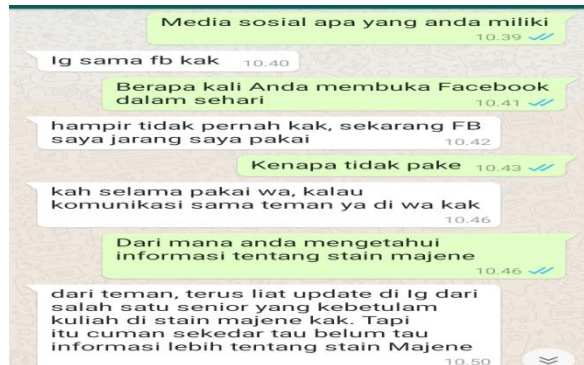


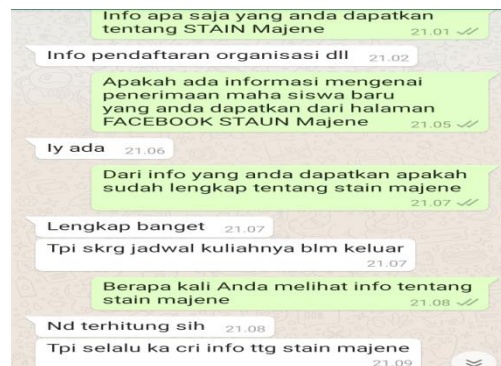


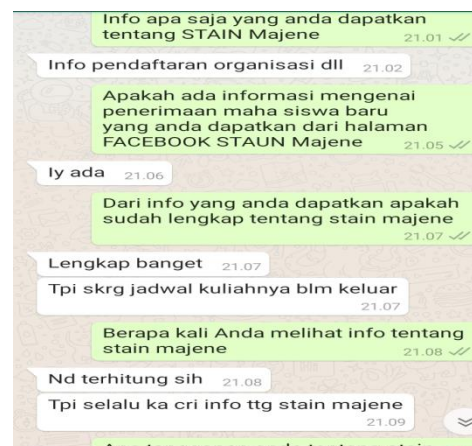














DAFTAR RIWAYAR HIDUP

Nama : Muhammad Sawal
Tempat dan tanggal lahir : Baruga 02 desember 1993
Agama : Islam
Alamat : Desa Buttu Baruga /Sibunoang
Whatsapp : 085156339932/ 085341690849
E-mail : majenesawal@gmail.com



Riwayat Pwendidikan

1. Impres 27 pallarangan
2. MTSN Simullu Banggae timur
3. SMKN 5 Majene

Pengalaman Organisasi

Pengurus Caban Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) MAJENE
 Jl. BLK Ling. Passaang, No. 17, Kel. Totoli, Kec. Banggae Kab. Majene Prov. Sulawesi Barat
 Telp. 085398569773/0811572411/085242949267
 Website : www.Stainmajene.ac.id, email : stainmajene16@gmail.com

Nomor : B-037 AK/sti.00.0/PP.00.9/07/2021
 Sifat : Penting
 Lamp : 1 (Satu) Rangkap
 Hal : ***Izin Penelitian***

Majene, 05 Juli 2021

Kepada
 Yth. Bupati Majene
 Cq. Kepala BAKESBANGLINMAS Majene
 Di.-
 Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa STAIN Majene yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Muhammad Sawal
 Nim : 30356117013
 Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul ***“Peran Facebook dalam Promosi penerimaan Mahasiswa baru STAIN Majene Tahun Angkatan 2021/2022”***

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dosen Pembimbing: 1. Fathiyah S.Sos.,M.I.Kom
 2. Muhtar S.I.Kom.,M.I.Kom

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk mengadakan penelitian dari tanggal : 12 Juli 2021 s/d 12 Agustus 2021.

Demikian atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.


 a.n Ketua
 Wakil Ketua Bidang Akademik
 Dr. Muliadi, M.Sos.I
 Nip. 197308281998031001

Wassalam

Tembusan :

1. ***Ketua STAIN Majene***
2. ***Mahasiswa yang bersangkutan***
3. ***Arsip***

