

**STUDI KOMPARATIF EFEKTIVITAS STRATEGI MEDIA
SOSIAL FACEBOOK UNIVERSITAS MERCU BUANA DAN
UNIVERSITAS TRISAKTI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Iqbal Puji Saputra

NIM : 43114310122

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Program Studi Manajemen Bisnis

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Bersama ini :

Nama : Iqbal Puji Saputra

NIM : 43114310122

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Juli 2018



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Iqbal Puji Saputra

NIM: 43114310122

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Iqbal Puji Saputra
NIM : 43114310122
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Studi Komparatif Efektivitas Strategi Media Sosial Facebook
Universitas Mercu Buana Dan Universitas Trisakti
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Agustus 2018

Disahkan Oleh

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal : 25 Agustus 2018

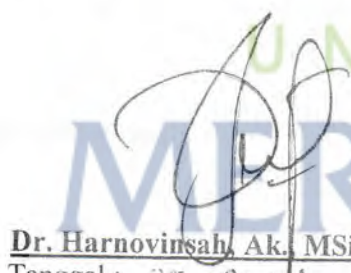
Ketua Penguji



Hirdinis M, SE., MM

Tanggal : 25 Agustus 2018

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

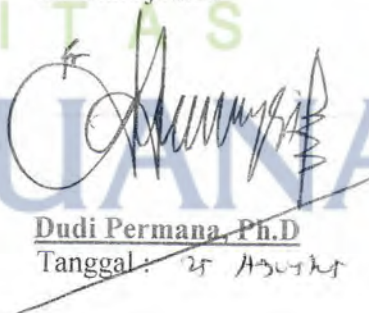


Dr. Harnovinsah, Ak. MSi., CA., CIPSAS., CMA., CSRS

Tanggal : 25 Agustus 2018

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 25 Agustus 2018

PERSEMBAHAN

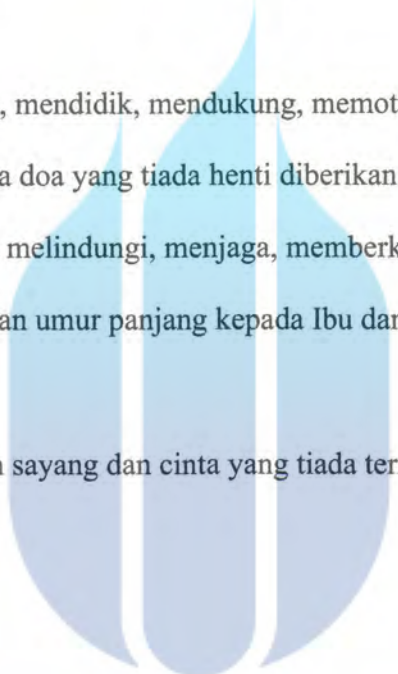
Teristimewa kepada kedua orang tua terkasih dan tercinta

“Nurmawan dan Sri Idayanti”

Yang senantiasa menjaga, mendidik, mendukung, memotivasi dan menyayangi
se penuh hati serta doa yang tiada henti diberikan kepada saya.

Semoga Allah SWT selalu melindungi, menjaga, memberkahi serta melimpahkan
kesehatan dan umur panjang kepada Ibu dan Bapak.

Terima kasih untuk kasih sayang dan cinta yang tiada ternilai sepanjang masa.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRACT

This study aims to measure the effectiveness of Facebook social media strategy of Mercu Buana University, with Trisakti University as a comparison, in order to utilize Facebook social media channel as one of marketing instruments. The effectiveness benchmarks used in this study are engagement and reach, where engagement is calculated by interactions and fan posts, and reach is calculated based on followers and followers locations distribution. The results shows that Mercu Buana University has better planning and management of social media strategies, therefore it achieve higher engagement and reach. Trisakti University still needs to optimize the planning and management of its social media strategy so that performance effectiveness could be improved.

Keywords: Comparative, Effectiveness, Social Media, Facebook



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas strategi media sosial Facebook Universitas Mercu Buana, dengan Universitas Trisakti sebagai pembanding, dalam rangka pemanfaatan saluran media sosial Facebook sebagai salah satu instrumen *marketing*. Tolak ukur efektivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *engagement* dan *reach*, di mana *engagement* dihitung berdasarkan interaksi dan *fan posts*, dan *reach* dihitung berdasarkan *followers* dan sebaran lokasi *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Mercu Buana memiliki perencanaan dan pengelolaan strategi media sosial yang lebih baik karena perolehan *engagement* dan juga *reach* yang lebih tinggi. Universitas Trisakti masih perlu melakukan optimalisasi pada perencanaan dan pengelolaan strategi media sosialnya agar kinerja yang efektivitas dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: Komparatif, Efektivitas, Media Sosial, Facebook



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Studi Komparatif Efektivitas Strategi Media Sosial Facebook Universitas Mercu Buana dan Universitas Trisakti”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti sampaikan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA. selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Muhammad, SE, MM selaku Sekretaris Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.
5. Bapak Dr. Adis Imam Munandar, MM. selaku dosen yang telah membantu dalam me-riview penelitian.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Adik dan kakak yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti - hentinya kepada peneliti serta memberikan semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman – teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya teman-teman grup keep solid yang telah bersama-sama menyemangati dan saling memotivasi.
9. Pihak - pihak yang lain tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti.

Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Hanya doa tulus yang dapat peneliti berikan untuk setiap kebaikan yang telah kalian berikan, semoga Allah SWT membalasnya dengan seribu kebaikan. Akhirnya peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa, khususnya bagi peneliti sendiri dan pembaca skripsi ini ada umumnya.



Jakarta, 18 Juli 2018

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

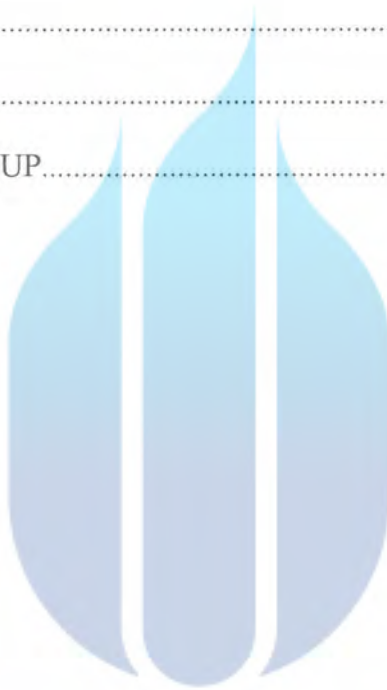
Iqbal Puji Saputra

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	6
a. Kontribusi Praktik	6
b. Kontribusi Akademik.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN RERANGKA KONSEPTUAL	
A. Kajian Teoritis.....	8
1. Landasan Teori.....	8
a. <i>Engagement</i>	8
b. <i>Reach</i>	9
c. Strategi Media Sosial	10
d. Konten.....	13
e. <i>Media Analytics</i>	14

f. Media Sosial	16
g. <i>E-Marketing</i>	19
2. Penelitian Terdahulu	22
B. Rerangka Konseptual	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Metode Penelitian	32
F. Metode Analisis Data	32
1. Statistik Deskriptif	33
2. Diagram	34
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	35
1. Sejarah Universitas Mercu Buana	35
2. Sejarah Universitas Trisakti	36
B. Analisis Penelitian	38
1. Gambaran <i>Engagement</i>	38
a. Interaksi	39
b. <i>Fan posts</i>	55
2. Gambaran <i>Reach</i>	59
a. <i>Followers</i>	60
b. Sebaran Lokasi <i>Followers</i>	62
C. Pembahasan Penelitian	64

1. <i>Engagement</i>	64
2. <i>Reach</i>	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan Penelitian	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	79



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Indikator Keberhasilan Media Sosial	3
Tabel 4.1 Rangkuman Interaksi	39
Tabel 4.2 Rata-rata <i>Page posts</i> per Minggu.....	44
Tabel 4.3 Promoted posts.....	50
Tabel 4.4 10 Besar <i>Page posts</i> dengan <i>Engagement</i> Tertinggi Universitas Mercu Buana	51
Tabel 4.5 10 Besar <i>Page posts</i> dengan <i>Engagement</i> Tertinggi Universitas Trisakti	53
Tabel 4.6 Sebaran Lokasi <i>Followers</i> Berdasarkan Negara	63



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017	1
Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2017.....	2
Gambar 1.3 Daftar Pratinjau Saluran Media Sosial Universitas Mercu Buana dan Universitas Trisakti 2018.....	4
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Tren Jumlah <i>Interactions</i>	40
Gambar 4.2 Sebaran <i>Reactions</i>	42
Gambar 4.3 Tren Jumlah <i>Page posts</i>	44
Gambar 4.4 Sebaran Jenis Konten Pada <i>Page posts</i>	45
Gambar 4.5 Kategorisasi <i>Page posts</i>	48
Gambar 4.6 Tren Jumlah <i>Fan posts</i>	55
Gambar 4.7 Pemberitahuan Pratinjau <i>Fan posts</i> Universitas Mercu Buana.....	56
Gambar 4.8 Kategorisasi <i>Fan posts</i>	57
Gambar 4.9 Aktivitas <i>Followers</i>	59
Gambar 4.10 Rangkuman <i>Followers</i>	60
Gambar 4.11 Tren Jumlah <i>Followers</i>	61
Gambar 4.12 Tren Jumlah Pertumbuhan <i>Followers</i>	62

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A