



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SMA KARTIKA X-1
JAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM
MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pasca Sarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

BIMO SAWUNG SEMBODHO

55222110029

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Bimo Sawung Sembodho
NIM : 55222110029
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1
Jakarta melalui Media Sosial Instagram dalam
Menarik Minat Peserta Didik Baru

Jakarta, 29 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1 Jakarta
melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Peserta
Didik Baru

Nama : Bimo Sawung Sembodho

NIM : 55222110029

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 29 Agustus 2024

Jakarta, 29 Agustus 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si.
3. Pembimbing :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1 Jakarta
melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Peserta
Didik Baru

Nama : Bimo Sawung Sembodho

NIM : 55222110029

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 29 Agustus 2024


UNIVERSITAS


Jakarta, 29 Agustus 2024

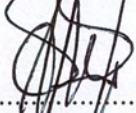
Mengetahui,

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang :
Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si.
3. Pembimbing :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.


(.....)


(.....)


(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Bimo Sawung Sembodho
NIM : 55222110029
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1
Jakarta melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik
Minat Peserta Didik Baru

Jakarta, 29 Agustus 2024

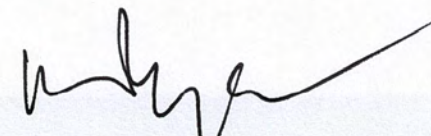
Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

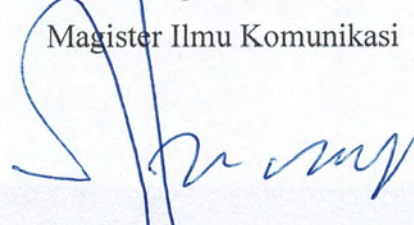
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Bimo Sawung Sembodho
NIM : 55222110029
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul
“AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SMA KARTIKA X-1 JAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 23 Agustus 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 29 Agustus 2024

Administrator Turnitin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Aulia Rahman, S.Ikom

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1 Jakarta melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru
Nama : Bimo Sawung Sembodho
N I M : 55222110029
Program Studi : Korporate Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Tanggal : 29 Agustus 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Agustus 2024



(Bimo Sawung Sembodho)

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SMA KARTIKA X-1
JAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU ABSTRAK**

Bimo Sawung Sembodho
Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta
bimssdelta@gmail.com

Komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh setiap masyarakat di setiap lini atau bidang kehidupan. Pentingnya komunikasi tidak dapat dipungkiri bagi manusia dan bagi organisasi. Dalam dunia Pendidikan kegiatan komunikasi juga dilakukan, yang utama adalah komunikasi yang dilakukan antara pendidik atau guru dengan peserta didik atau murid. Namun, selain itu dalam dunia Pendidikan komunikasi juga terjadi, misalnya dalam hal kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk mempromosikan sekolahnya agar menarik minat bagi masyarakat untuk mendaftar dan masuk ke sekolah tersebut, seperti yang dilakukan oleh salah satu sekolah swasta yang ada di Jakarta Selatan, yaitu SMA Kartika X-1 Jakarta. Penelitian ini berfokus pada mengapa memilih media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran SMA Kartika X-1 Jakarta dalam menarik minat peserta didik baru, dan bagaimanakah aktifitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh SMA Kartika X-1 Jakarta dalam menarik minat peserta didik baru

Penelitian ini menggunakan menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dengan kepala sekolah dan juga dengan Panitia Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SMA Kartika X-1 Jakarta.

Hasil Penelitian yang diperoleh oleh peneliti bahwa SMA Kartika X-1 Jakarta mempunyai aktifitas Komunikasi Pemasaran dengan menggunakan bauran promosi seperti melakukan iklan, promosi, public relations dengan berbagai alat, yang salah satunya dengan menggunakan media social Instagram untuk menarik minat calon peserta didik baru agar mendaftar dan bergabung dengan SMA Kartika X-1 Jakarta. Media social Instagram yang digunakan dianggap memudahkan dalam menyebarkan informasi mengenai sekolah, dan juga digunakan sebagai media untuk berkomunikasi dua arah dengan masyarakat yang dilakukan oleh tim Humas yang dimiliki oleh SMA Kartika X-1 Jakarta, aktifitas komunikasi pemasaran yang digunakan oleh SMA Kartika X-1 Jakarta berhasil menarik peserta didik baru untuk mendaftar ke sekolah tersebut.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran, Bauran promosi, Penerimaan peserta didik baru, media social, Instagram.

MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES OF SMA KARTIKA X-1 JAKARTA THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN ATTRACTING NEW STUDENT INTERESTSABSTRACT

Bimo Sawung Sembodho
Master of Communication Science, Mercu Buana University, Jakarta
bimssdelta@gmail.com

Communication is an activity carried out by every society in every line or field of life. The importance of communication for humans and organizations cannot be denied. Through communication, people can connect and exchange ideas with each other in daily life wherever humans are. There is no human being who is not involved in communication, because basically, humans are social creatures who need others to fulfill or meet their life needs, and in the process, communication is necessary.

In the field of education, communication activities also take place, primarily between educators or teachers and students or pupils. However, in the field of education, communication also occurs in conveying information about the school to the community outside the school, such as in marketing communication activities conducted by schools to promote their institutions to attract the community's interest to enroll and join the school. This is exemplified by one private school in South Jakarta, namely SMA Kartika X-1 Jakarta.

This research uses a constructivist paradigm with a qualitative research approach. In this study, data were collected through interviews with the principal and the New Student Admission Committee (PPDB) of SMA Kartika X-1 Jakarta.

The research results obtained by the researcher show that SMA Kartika X-1 Jakarta has a marketing communication activity using a promotional mix, such as advertising, promotions, and public relations with various tools, one of which is using Instagram social media to attract potential new students to enroll and join SMA Kartika X-1 Jakarta. The Instagram social media used is considered to facilitate the dissemination of information about the school and is also used as a medium for two-way communication with the community, conducted by the public relations team of SMA Kartika X-1 Jakarta.

Keywords: Marketing communication, promotion mix, new student admissions, social media, Instagram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran SMA Kartika X-1 Jakarta melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru”.

Dalam menyelesaikan tesis ini, peneliti banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dengan penuh kesabaran dalam memberikan layanan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan tesis ini.
2. Prof. Dr. Nur Kholisoh M.Si., selaku Dosen Penelaah yang telah banyak memberikan masukan dan saran untuk perbaikan dan penulisan tesis ini.
3. Dr. Irumulansati Tomohardjo, M.Si., selaku ketua siding yang juga telah banyak memberikan masukan dan saran untuk perbaikan dan penulisan tesis ini.
4. Dr. Heri Budianto, M.Si., selaku Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Bapak dan Ibu Dosen pengampu yang telah memberi ilmu kepada peneliti selama peneliti menempuh studi di prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Drs. H. Sukamto, MM., selaku Kepala SMA Kartika X-1 Jakarta dan narasumber yang telah memberikan informasi, motivasi, dukungan serta semangat kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan lancar.
8. Bapak Singgih Wahyu Karyadi, S.Pd., Gr., MM. dan Ibu Rizqi Maulida, S.Pd., Gr., serta bapak-ibu Guru SMA Kartika X-1 Jakarta baik yang terlibat langsung dalam kepanitiaan PPDB yang telah membantu penulisan dalam memperoleh data.
9. Kedua orang tua penulis almarhum Ibu Endang Setyowati, Bapak Gito, serta Ibu Mursida dan almarhum Bapak Agustiar yang tak henti-henti memberikan doa dan nasehat kepada penulis agar selalu bersyukur dan memberikan semangat untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Intan Rizki Permata Sari, istriku tercinta yang selalu sabar dan setia memberi motivasi mendampingi penulis. Serta buah hatiku tersayang Nayaka Lashira Athena Ghaniyyah, yang merupakan menjadi penyemangat penulis, dan buah hati kami yang sedang dalam kandungan sebagai motivasi penulis agar dapat menyelesaikan perkuliahan dengan lancar dan sukses.
11. Rekan-rekan dan teman seperjuangan Mikom angkatan 41, Masgin, Pak Ahmad, Mba Lina, Mba Widia, Mas Ferdy, Mas Dewa, Mba Vita, Kinkin

yang selalu saling memberi semangat, sehingga membuat peneliti selalu optimis untuk bisa menyelesaikan tesis ini.

12. Rekan-rekan kerja penulis, Bagas Andreanto, S.Pd., Abdul Haris, M.Pd., Edi Sukanto yang menjadi rekan untuk berdiskusi, bercerita, dan memberikan semangat bagi penulis.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teori.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Paradigma Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.3 Subjek Penelitian	57
3.4 Objek Penelitian	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Teknik Analisis Data	59
3.7 Uji Keabsahan Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1. Objek Penelitian	63
4.2 Hasil penelitian.....	66

4.3 Pembahasan	86
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2 : Tabel Analisis SWOT.....	67
Tabel 3 : Tabel Pendaftar Peserta Didik Baru SMA Kartika X-1 Jakarta.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Gambar SMA Kartika X-1 Jakarta.....	63
Gambar 4.2: Struktur Organisasi SMA Kartika X-1 Jakarta	64
Gambar 4.3: Youtube, Instagram SMA Kartika X-1 Jakarta.....	65
Gambar 4.4 : Instagram SMA Kartika X-1 Jakarta dan Direct Message	74
Gambar 4.5 : Iklan Penerimaan Peserta Didik Baru.....	75
Gambar 4.6 : Flyer PPDB SMA Kartika X-1 Jakarta.....	77
Gambar 4.7 : Postingan Instagram peserta didik yang berprestasi.....	82

