

ABSTRAK

MUHAMMAD ARYO PUTRA. Strategi Komunikasi Digital Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Platform instagram Dalam Menarik Mahasiswa Baru (Dibimbing Oleh Dr.Syukri, S.Sos., M.Si dan Kamsar,. S.Sos., M.I.kom)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Mahasiswa Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar melalui platform Instagram sebagai bagian dari sistem komunikasi promosi institusi dalam menarik calon mahasiswa baru.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif-analitis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap mahasiswa Duta Kampus yang terlibat dalam perencanaan, pengelolaan, dan produksi konten promosi penerimaan mahasiswa baru. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Mahasiswa Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar melalui Instagram dalam promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) telah berjalan secara efektif dan terencana. Strategi komunikasi tersebut mampu memenuhi seluruh indikator strategi komunikasi menurut Stewart L. Tubbs, yaitu *understanding*, *pleasure*, *attitude influence*, *improved relationship*, dan *action*. Pemahaman audiens terhadap pesan promosi terbentuk melalui perencanaan konten yang terstruktur, penyajian visual yang konsisten, serta penggunaan bahasa yang komunikatif. Pengemasan konten yang kreatif dan menghibur menciptakan kesenangan audiens, sementara kredibilitas Mahasiswa Duta Kampus sebagai komunikator berperan dalam membentuk sikap dan persepsi positif calon mahasiswa terhadap citra kampus. Selain itu, interaksi digital yang responsif dan dialogis melalui Instagram berhasil membangun hubungan sosial yang berkelanjutan antara kampus dan calon mahasiswa. Pada tahap akhir, strategi komunikasi digital ini terbukti mampu mendorong tindakan nyata audiens, mulai dari pencarian informasi lanjutan, konsultasi pendaftaran, hingga keputusan untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru..

Kata kunci: strategi komunikasi digital, Duta Kampus, Instagram, calon mahasiswa baru.

ABSTRACT

MUHAMMAD ARYO PUTRA. Strategi Komunikasi Digital Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Platform instagram Dalam Menarik Mahasiswa Baru (Dibimbing Oleh Dr.Syukri, S.Sos., M.Si dan Kamsar,. S.Sos., M.I.kom)

This study aims to analyze the digital communication strategies implemented by the Campus Ambassadors of Universitas Muhammadiyah Makassar through the Instagram platform as part of the institution's promotional communication system in attracting prospective new students.

This research employs a qualitative approach with a descriptive-analytical design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving Campus Ambassadors who are engaged in the planning, management, and production of promotional content for new student admissions. Data validity was ensured using source triangulation techniques.

The results of this study indicate that the digital communication strategy implemented by Campus Ambassador students of Universitas Muhammadiyah Makassar through Instagram in promoting new student admissions was effective and well-structured. The strategy successfully fulfilled all communication strategy indicators proposed by Stewart L. Tubbs, namely understanding, pleasure, attitude influence, improved relationship, and action. Audience understanding of promotional messages was achieved through systematic content planning, consistent visual presentation, and the use of clear and communicative language. Creative and entertaining content packaging contributed to audience enjoyment, while the credibility of Campus Ambassadors as communicators played a significant role in shaping positive attitudes and perceptions toward the university's image. Furthermore, responsive and dialogic digital interactions via Instagram helped establish sustainable social relationships between the university and prospective students. Ultimately, this digital communication strategy not only enhanced audience understanding and interest but also encouraged concrete actions, including seeking further information, engaging in admission consultations, and making decisions to enroll as new students.

Keywords: digital communication strategy, Campus Ambassadors, Instagram, prospective new students.