

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia pendidikan tinggi di Indonesia, khususnya di sektor Perguruan Tinggi Swasta (PTS), mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Meningkatnya jumlah PTS menyebabkan persaingan yang semakin ketat, tidak hanya di antara sesama PTS, tetapi juga dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Pada wilayah Sumatera Barat, terdapat 84 PTS yang terdaftar pada tahun 2022, berdasarkan data dari LLDIKTI wilayah X.

Provinsi	Bentuk PTS	T a h u n		
		2020	2021	2022
Sumatera Barat	Universitas	14	16	19
	Institut	2	3	3
	Sekolah Tinggi	51	42	33
	Akademi	30	28	27
	Politeknik	2	2	2
	<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>91</b>

**Gambar 1.1 Jumlah PTS di wilayah Sumatera Barat**

*Sumber: LLDIKTI wilayah X dalam angka tahun 2023*

Berdasarkan data yang disajikan, secara umum terjadi tren penurunan jumlah PTS di Sumatera Barat dari tahun 2020 ke tahun 2022. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah total PTS dari 99 pada tahun 2020 menjadi 84 pada tahun 2022. Fenomena ini tentu menjadi sebuah tantangan sekaligus ancaman bagi PTS yang belum memiliki posisi yang kuat di masyarakat, apalagi PTS yang statusnya masih baru. Tingginya pertumbuhan PTS menjadi penyebab sengitnya persaingan dalam menarik minat calon mahasiswa baru (Rahman, 2021: 72).

Ketatnya persaingan PTS mengakibatkan 2 PTS di Sumatera Barat ditutup atau dicabut izin beroperasinya, dikarenakan tidak memiliki jumlah mahasiswa yang cukup dan juga terjadinya permasalahan dari pihak internal yayasan.

Menurut Bisnis.com (2023) dua perguruan tinggi itu adalah Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Padang dan Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Padang. Hal ini juga didukung oleh pernyataan kepala LLDIKTI wilayah X Prof. Dr. Herri. MBA jika banyak PTS kecil yang mengalami penurunan jumlah mahasiswa dan akhirnya merger atau bergabung dengan PTS lain. Herri juga mengatakan sebuah perguruan tinggi perlu meningkatkan kualitas perguruan tinggi, seperti meningkatkan infrastruktur. Selain itu, pentingnya kesadaran masyarakat terkait keberadaan Hubungan Masyarakat (Humas) dalam melakukan promosi perguruan tinggi yang akan berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa baru (Gusri, 2020: 228-229).

Di tengah persaingan yang sengit ini, Universitas Putra Indonesia Yayasan Perguruan Tinggi Komputer (UPI YPTK) Padang menunjukkan hasil yang berlawanan. UPI YPTK Padang berhasil menjadi PTS dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Sumatera Barat. Pernyataan ini dipertegas oleh kepala LLDIKTI wilayah X Afdalisma, S.H., M.Pd pada sambutan acara wisuda UPI YPTK Padang periode 1 tahun 2022/2023, beliau juga mengatakan UPI YPTK Padang menduduki peringkat pertama di Sumatera Barat pada kualitas mutu, dosen, serta tata kelola. UPI YPTK Padang bahkan memperoleh bantuan dari SEASAC (*South East Asian Sales Competition*) yang mana merupakan program membangun perguruan tinggi yang bermutu di wilayah Asia Tenggara. Adapun data peningkatan jumlah mahasiswa UPI YPTK Padang sebagai berikut.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa UPI YPTK Padang**

No	Fakultas	Jenjang	Jumlah Mahasiswa (Tahun)		
			Ganjil 2022	Ganjil 2021	Ganjil 2020
1	Manajemen Informatika	D3	176	181	181
2	Akuntansi	S1	1.115	1.221	1.355
3	Bimbingan Konseling	S1	96	75	68
4	Desain Komunikasi Visual	S1	885	777	706
5	Manajemen	S1	3.696	3.548	3.516
6	Pendidikan B.inggris	S1	94	93	82
7	Pendidikan Teknik Informatika	S1	162	159	158
8	Psikologi	S1	1.363	1.295	1.182
9	Sistem Informasi	S1	3.099	3.162	3.221
10	Sistem Komputer	S1	921	911	912
11	Teknik Industri	S1	344	326	309
12	Teknik Informatika	S1	1.794	1.559	1.317
13	Teknik Sipil	S1	797	731	671
<b>Jumlah</b>			<b>14.542</b>	<b>14.038</b>	<b>13.678</b>

*Sumber: PPDIKTI (2023)*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat jika kebanyakan fakultas mengalami peningkatan. Namun ada beberapa fakultas yang juga mengalami penurunan jumlah mahasiswa. Apabila dilihat secara keseluruhan, jumlah mahasiswa yang mendaftar di UPI YPTK Padang mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Keberhasilan ini tidak terlepas dari strategi promosi efektif yang diterapkan oleh pihak Humas UPI YPTK Padang, berkat kolaborasi dengan Rahmatan Lil Alamin (RLA) *Creative & Digital Marketing Agency*. Promosi yang gencar di berbagai *platform* media sosial dan website menjadi kunci untuk menarik minat calon mahasiswa baru.

Dalam pelaksanaan promosi, Humas UPI YPTK Padang melakukan kerjasama dengan RLA *Agency* yang juga merupakan anak dari perusahaan YPTK Padang. RLA *Agency* memiliki peran sentral dalam siklus hidup konten promosi

yang dihasilkan oleh Humas. RLA *Agency* ini tidak hanya bertanggung jawab atas pengelolaan dan penerbitan konten, tetapi juga secara aktif terlibat dalam meningkatkan kualitas promosi. Melalui pemberian masukan dan evaluasi yang komprehensif oleh Humas, RLA *Agency* membantu memastikan bahwa konten yang dihasilkan relevan, menarik, dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi promosi yang telah ditetapkan. Lebih lanjut RLA *Agency* juga turut menentukan media promosi yang paling optimal untuk disebarluaskan. Keputusan pemilihan media didasarkan pada pertimbangan yang cermat terhadap berbagai faktor, termasuk alokasi anggaran, karakteristik audiens target, serta kualitas konten itu sendiri. Dengan demikian, kolaborasi antara Humas dan RLA *Agency* menghasilkan strategi komunikasi yang terintegrasi dan berdampak tinggi."

Kerjasama yang dilakukan antara Humas dan RLA *Agency* dimulai sejak September 2020 sampai sekarang. Berkat promosi yang gencar dilakukan dengan berbagai *platform* seperti website dan media sosial, UPI YPTK Padang mampu memperoleh bahkan meningkatkan jumlah mahasiswa setiap tahunnya. Koordinasi dan kolaborasi antara keduanya dilakukan guna meningkatkan jumlah mahasiswa melalui beberapa kegiatan. Humas dan masing-masing prodi berperan dalam menyediakan bahan-bahan promosi seperti informasi program studi, prestasi, serta data-data yang dibutuhkan untuk promosi. Dari bahan promosi inilah, maka RLA *Agency* selanjutnya akan membuat desain, konten, serta strategi promosi kemudian menyebarkan di berbagai *platform* media sosial UPI YPTK Padang. Dengan menggabungkan berbagai kepentingan sosial dan strategi promosi untuk mempromosikan keunggulan kompetitif perguruan tinggi, agar mampu bertahan di era persaingan saat ini (Haris, 2019: 6).

Gencarnya kegiatan promosi yang telah dilakukan Humas UPI YPTK Padang dan RLA Agency, dapat membuat UPI YPTK Padang menjadi salah satu kampus swasta terbaik di wilayah Sumatera Barat. Pernyataan ini dikutip dari portal berita online Kompas.com (2024) berdasarkan survei kampus swasta terbaik versi Webometrics. Disamping itu, dikutip dari portal berita Padekjawapos.com (2022) pada acara wisuda periode 1 tahun 2022/2023 Rektor UPI YPTK Padang, Prof. Dr. H. Sarjon Defit, S.Kom, Msc mengatakan bahwa minat calon mahasiswa yang masuk ke UPI YPTK Padang pada tahun 2022/2023 mengalami peningkatan dan menjadikan UPI YPTK Padang sebagai PTS yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di wilayah Sumatera Barat.

Berdasarkan pemaparan diatas, alasan peneliti tertarik memilih UPI YPTK Padang dikarenakan beberapa faktor, yaitu UPI YPTK Padang yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat sehingga menjadikan UPI YPTK sebagai salah satu PTS terbaik. Selain itu, UPI YPTK Padang merupakan PTS dengan jumlah mahasiswa terbanyak di wilayah Sumatera Barat menurut kepala LLDIKTI wilayah X. UPI YPTK Padang selama tiga tahun terakhir juga mengalami peningkatan jumlah mahasiswa. Keberhasilan yang telah dicapai oleh UPI YPTK Padang tidak terlepas dari peranan Humas dan RLA Agency dalam melakukan promosi. Kemajuan UPI YPTK Padang untuk menjadikan PTS yang lebih unggul dengan capaian prestasi yang telah dilakukan dapat membuat UPI YPTK Padang bertahan dan bersaing dengan PTS dan PTN lainnya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Promosi UPI YPTK Padang Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru.”** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Humas

UPI YPTK Padang dan RLA *Agency* bekerja sama dan berkolaborasi dalam kegiatan promosi, serta mengidentifikasi hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses tersebut. Dengan memahami faktor-faktor yang mendukung keberhasilan UPI YPTK Padang, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi PTS lain dalam meningkatkan daya saing mereka di era yang kompetitif ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Humas UPI YPTK Padang bekerjasama dengan RLA *Agency* dalam menarik minat calon mahasiswa baru”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Humas UPI YPTK Padang dan RLA *Agency* dalam kerjasama guna menarik minat calon mahasiswa baru.
2. Untuk mengetahui apa hambatan yang dihadapi oleh Humas UPI YTPK Padang dan RLA *Agency* dalam melaksanakan kegiatan promosi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dalam ranah ilmu komunikasi mengenai strategi promosi perguruan tinggi, sehingga dapat menambah topik kajian pada bidang Humas perguruan tinggi. Selain itu, diharapkan juga dapat disempurnakan kelemahan yang ada dalam penelitian ini untuk penelitian selanjutnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan pengetahuan bagi Humas organisasi, perguruan tinggi, institusi, serta perusahaan dalam merancang serta mengimplementasikan strategi promosi untuk menarik minat publik dan juga keuntungan perusahaan/lembaga.

