

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Usaha menaikkan taraf hidup suatu bangsa sangatlah penting agar tak tertinggal oleh bangsa lain. Salah satu kebutuhan yang sangat wajib untuk dipenuhi dalam usaha menaikkan taraf hidup bangsa Indonesia adalah pendidikan. Pendidikan adalah proses pembelajaran bagi setiap orang untuk mencapai pengetahuan, keterampilan dan pemahaman yang lebih tinggi mengenai objek-objek tertentu dan spesifik. Pendidikan juga adalah kebutuhan yang bersifat batiniah karena sangat berperan penting dalam usaha meningkatkan kualitas manusia tersebut terutama bagi proses pendewasaan, pembentukan karakter, kepribadian maupun wawasan. Pengetahuan yang diperoleh secara formal akan menimbulkan dampak pada pola pikir dan perilaku manusia itu sendiri sesuai dengan jenjang pendidikan yang telah ditempuhnya. Sudah layak dan sepantasnya penduduk Indonesia menjadikan pendidikan sebagai suatu hal yang prioritas dalam hidupnya.

Agar bisa meningkatkan kualitas pendidikan nasional maka semua warga negara diminta untuk wajib menempuh bangku pendidikan, dimulai dari pendidikan sekolah dasar (SD) dilanjutkan dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) / Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), hingga ke perguruan tinggi. Setelah lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), para siswa akan dihadapkan pada beberapa pilihan seperti melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi atau langsung bekerja. Bila

siswa tersebut memilih untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi maka akan dihadapkan pada berbagai pilihan jenjang pendidikan mulai dari jenjang Diploma (D1, D2 dan D3) sampai jenjang Sarjana Strata Satu (S1). Dalam memilih salah satu jenjang pendidikan maka diharapkan untuk menyesuaikan dengan kemampuan dan keinginan serta rancangan awal sebelum memasuki jenjang perguruan tinggi yaitu berapa lama waktu yang diinginkan untuk menempuh pendidikan dan akan memberikan kontribusi apa yang nantinya bisa diberikan untuk bangsa ini.

Salah satu lembaga perguruan tinggi yang akan dijadikan objek penelitian ini berada di Bandar Lampung adalah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras. Lembaga perguruan tinggi yang telah berdiri sejak tahun 2000 ini menyediakan pendidikan strata satu (S1) dan lebih menekankan pada satu bidang ilmu saja yaitu bidang ekonomi. Ekonomi merupakan salah satu jurusan yang banyak diminati oleh calon mahasiswa, baik dari perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Ada bermacam-macam alasan mengapa calon mahasiswa tersebut memilih kuliah di fakultas ekonomi, misalnya prospek kerja yang sangat menjanjikan di masa yang akan datang, mampu menciptakan usaha atau lapangan kerja sendiri, mendapat penghargaan dari masyarakat dan lain sebagainya.

Lembaga pendidikan tinggi harus dapat dikelola dengan profesional terutama dengan makin ketatnya persaingan yang ada maka suatu lembaga pendidikan tinggi harus bisa mengelola lembaganya agar calon mahasiswa tetap menggunakan jasa mereka tanpa mengurangi kualitas pendidikan itu sendiri karena para calon mahasiswa selalu mencari yang terbaik untuk kehidupannya dan tentu saja dengan

harga yang terjangkau dan dengan kualitas yang baik pula. Hal inilah yang memicu adanya persaingan yang semakin tajam dan mengharuskan pengelola lembaga pendidikan tinggi harus pintar dalam menjaring calon mahasiswa agar mereka dapat mempertahankan eksistensinya. Sebaik apapun mutu jasa pendidikan atau sebesar apapun manfaatnya jika tidak ada orang yang mengetahui keberadaannya maka jasa tersebut tidak akan pernah dipergunakan, maka dalam hal ini promosi sangatlah diperlukan.

Pihak STIE Gentiaras Bandar Lampung mempromosikan lembaganya lewat berbagai macam cara seperti pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan mengunjungi langsung ke SMA/SMK, mengadakan kegiatan bersama SMA/SMK seperti mengadakan seminar, dan juga melalui hubungan masyarakat (*public relation*) dengan pengabdian masyarakat di desa. Pihak lembaga tersebut juga mempromosikan lembaganya menggunakan media yaitu media periklanan. Media periklanan terdiri dari media lini atas (*Above The Line*), media lini bawah (*Below The Line*), gabungan media lini atas dan bawah (*Through The Line*). Media periklanan yang digunakan oleh pihak STIE Gentiaras Bandar Lampung adalah radio, koran, brosur, banner, dan internet seperti situs web dan media sosial.

Dalam mempromosikan STIE Gentiaras Bandar Lampung untuk menjaring calon mahasiswa agar menggunakan jasa lembaga tersebut tanpa mengurangi kualitas pendidikan itu sendiri. Media periklanan menggunakan biaya rendah, mempunyai daya bujuk (persuasif) yang kuat, serta memberikan informasi yang jelas terhadap lembaga perguruan tinggi pada segmen tertentu. Iklan mengarahkan calon mahasiswa

dalam menyuguhkan lembaga perguruan tinggi sehingga dapat diyakini untuk memenuhi kebutuhan calon mahasiswa. Melalui media periklanan tersebut diharapkan dapat menarik minat kuliah mahasiswa.

Saat ini periklanan merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan lembaga perguruan tinggi dalam mempromosikan lembaganya. Dengan menggunakan periklanan, lembaga perguruan tinggi dapat menonjolkan dan memamerkan kelebihan lembaganya secara detail kepada calon mahasiswanya. Calon mahasiswa dihadapkan pada begitu banyak tampilan iklan dari berbagai media baik itu media cetak, media elektronik maupun yang berbasis internet. Iklan selain dapat digunakan untuk membangun pencitraan merek suatu lembaga perguruan tinggi secara jangka panjang juga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terhalang oleh batas geografis.

Beberapa waktu lalu, saat memasuki masa pandemi segala kegiatan mulai dilakukan secara daring (dalam jaringan) atau *online*. Banyak orang mulai menjalankan bisnis secara *online* dan mengiklankan bisnisnya secara *online* juga. Tak hanya itu, sekolah dan kampus juga melaksanakan kegiatan belajar mengajarnya dan mengiklankan lembaga pendidikannya juga secara *online*. STIE Gentiaras Bandar Lampung mengiklankan lembaganya melalui *website* dan media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, dan lain-lain. Media periklanan inilah yang disebut *Through The Line*.

Sehubungan dengan proses pengambilan keputusan yang terjadi maka tentunya seorang lulusan SMA/SMK yang memilih untuk melanjutkan studinya ke

perguruan tinggi manapun pasti pernah merasakan tahapan-tahapan mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian atau evaluasi sampai kepada tahap pengambilan keputusan calon mahasiswa. Tentu saja, seluruh mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung pernah merasakan hal tersebut. Dalam penelitian yang melibatkan mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung ini maka peneliti harus mengetahui jumlah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung yang masih aktif. Berikut adalah tabel data jumlah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung yang masih aktif:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung**

Tahun	Program Studi		Total
	Manajemen	Akuntansi	
2018	54	51	105
2019	49	59	108
2020	51	35	86
2021	54	38	92

**Sumber** : Data didapat dari hasil wawancara dengan pihak STIE Gentiaras Bandar Lampung dan diposting oleh Peneliti.

Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan jumlah pendaftar. Pada tahun 2017, jumlah pendaftar mencapai angka 76 orang lalu mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 38,1% dan mengalami kenaikan lagi pada tahun 2019 sebesar 2,8% lalu menurun pada tahun 2020 sebesar 20,3% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan lagi sebesar 6,9%.

Berdasarkan tabel dan penjelasan di atas mengenai jumlah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung yang masih aktif mengalami kenaikan dan penurunan, munculnya rasa keingintahuan mengenai efektivitas informasi yang diberikan lewat media periklanan dan juga belum pernah ada yang mengevaluasi mengenai kegiatan promosi yang menggunakan media periklanan dengan mengambil lokasi STIE Gentiaras Bandar Lampung sebagai lokasi atau objek penelitian, maka peneliti memutuskan untuk meneliti dan menganalisis terkait dengan “PENGARUH MEDIA PERIKLANAN *THROUGH THE LINE* TERHADAP MINAT KULIAH MAHASISWA STIE GENTIARAS BANDAR LAMPUNG”.

## **B. Perumusan Masalah**

Bagaimanakah pengaruh media periklanan *Through The Line* terhadap minat kuliah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi pada permasalahan mengenai media periklanan *Through The Line*, menganalisis tentang pengaruh media periklanan *Through The Line* terhadap minat kuliah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung tersebut.

## **D. Tujuan Penelitian**

Mengetahui bagaimana pengaruh media periklanan *Through The Line* terhadap minat kuliah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi STIE Gentiaras Bandar Lampung**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang membangun dalam pemecahan masalah mengenai pengaruh media periklanan *Through The Line* terhadap minat kuliah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dalam praktek sesungguhnya.