

ABSTRAK

Muhamad Fikriansyah NPM. 19250044 Skripsi: Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro Skripsi ini dibimbing oleh Iswati, M.Pd.I dan Dr. Kuliayatun M.Pd.I

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan penggunaanya yang bisa dengan mudah membuat, mengikuti (menfollow), mengetahui kegiatan seseorang bahkan mempromosikan sesuatu di dalam website resmi. dengan media sosial kini masyarakat tidak harus berkomunikasi secara langsung tanpa memikirkan ruang ataupun waktu. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui keefektivitas promosi Fakultas Agama Islam melalui media Sosial dan Untuk mengetahui media Sosial yang bisa dikatakan efektif dalam mempromosikan Fakultas Agama Islam ke Calon Mahasiswa Baru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner skala Likert, wawancara dan observasi. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro yang berjumlah 530 orang dari tahun 2019 hingga 2022, dan sampel yang diambil adalah 84 orang mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan Uji yang dilakukan yaitu Uji Regresi Linear Sederhana, yang memiliki nilai signifikansi (Sig) dari variable X sebesar 0,01 dan hasil ini lebih kecil dibandingkan nilai probabilitas yaitu 0,05 dari data ini dapat di simpulkan bahwa media Sosial sebagai sarana promosi sebagai variable X dikatakan efektif dalam menarik minat mahasiswa baru karna nilai signifikansi kurang dari 0,05. dan untuk Uji T terdapat Nilai t_{hitung} pada Media Sosial Media Sebagai Sarana Promosi adalah 3.869. pada derajat bebas (df) = $N - 2 = 84 - 2 = 82$ maka ditemukan r_{tabel} sebesar 0,215 maka dapat ditarik kesimpulan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.869 > 0.215$) yang berarti adanya pengaruh Media Sosial sebagai Sarana Promosi terhadap Minat Calon Mahasiswa.

Kata Kunci : Efektivitas, Media Sosial, Minat Mahasiswa Baru