

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran di berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi. Salah satu perubahan paling jelas adalah peralihan dari cara promosi tradisional ke bentuk digital, khususnya melalui platform media sosial. Saat ini, media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang sangat efisien, mampu menjangkau audiens yang luas dengan biaya lebih terjangkau serta dalam waktu singkat. Berbagai institusi memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, tidak hanya untuk memperkuat citra institusi tetapi juga alat strategis dalam menarik perhatian calon mahasiswa baru.

Politeknik Negeri Bengkalis sebagai salah satu perguruan tinggi vokasi negeri di Provinsi Riau turut berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi tersebut. Melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, Politeknik Negeri Bengkalis aktif menyampaikan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru, kegiatan akademik, prestasi mahasiswa, fasilitas kampus, hingga berbagai aktivitas kemahasiswaan. Pemanfaatan media sosial tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap program studi. Adapun program studi yang ditawarkan kampus ini memiliki 8 (delapan) jurusan, yaitu Teknik Sipil, Teknik Mesin, Teknik Elektro, Teknik perkapalan, Administrasi Niaga, Bahasa, Kemaritiman, dan Teknik Informatika. Pada Jurusan Administrasi Niaga, sebelumnya terdapat Program Studi D3 Administrasi Niaga, yang kemudian di-upgrade menjadi Program Studi D4 Bisnis Digital pada tahun 2022 sebagai respons terhadap kebutuhan industri di era digital.

Prodi Bisnis Digital hadir untuk menghasilkan lulusan yang kompeten dalam pemasaran digital, analitik data, *technopreneurship*, dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Sebagai prodi baru, keberhasilan menarik minat mahasiswa sangat bergantung pada efektivitas strategi promosi yang diterapkan.

“Berdasarkan data akademik Politeknik Negeri Bengkalis, jumlah mahasiswa yang memilih Program Studi Bisnis Digital mengalami perubahan naik turun per tahunnya”.



Sumber: Data Akademik Politeknik Negeri Bengkalis , 2026

Dapat dilihat dari gambar diatas bisa dijelaskan bahwa pada tahun ajaran 2022 tercatat sebanyak 84 mahasiswa. Jumlah ini menurun menjadi 71 mahasiswa pada tahun ajaran 2023. Namun, pada tahun ajaran 2024 jumlah mahasiswa kembali meningkat menjadi 92 orang, dan terus naik hingga mencapai 111 mahasiswa pada tahun ajaran 2025. Meskipun mengalami pertumbuhan, total tersebut masih tergolong rendah dibandingkan potensi industri digital yang semakin berkembang. Hal ini menjadi indikasi bahwa strategi promosi media sosial dan *Word of Mouth* belum dimanfaatkan secara optimal.”

Salah satu strategi promosi yang memiliki peranan penting adalah promosi melalui media sosial. Media sosial memungkinkan perguruan tinggi menyampaikan informasi secara interaktif melalui foto, video, infografis, maupun konten edukatif yang menarik. Informasi mengenai kegiatan perkuliahan, prestasi

mahasiswa, kerja sama industri, hingga peluang karier lulusan dapat dipublikasikan secara luas sehingga mampu membentuk citra positif program studi. Semakin menarik, informatif, dan konsisten konten yang disajikan, maka semakin besar pula peluang calon mahasiswa untuk mengenal dan mempertimbangkan Program Studi Bisnis Digital sebagai pilihan studi.

Selain promosi media sosial, *Word of Mouth* (WOM) juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan seseorang memilih perguruan tinggi. Informasi yang berasal dari alumni, mahasiswa aktif, keluarga, teman, maupun guru sering kali dianggap lebih terpercaya karena didasarkan pada pengalaman nyata. Rekomendasi positif mengenai kualitas pembelajaran, fasilitas, prospek kerja lulusan, maupun pengalaman selama kuliah mampu meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa terhadap suatu program studi. Sebaliknya, pengalaman negatif yang disampaikan melalui komunikasi dari mulut ke mulut dapat menurunkan minat calon mahasiswa meskipun institusi telah melakukan promosi secara intensif melalui media sosial. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Dawud di sektor kuliner serta ahli di sektor jasa, menunjukkan bahwa promosi media sosial dan WOM dapat secara substansial mempengaruhi keputusan konsumen. Bahkan dalam konteks pendidikan, WOM dari alumni dan promosi melalui media digital terbukti efektif dalam membentuk citra positif institusi serta mempengaruhi pemilihan program studi.

Dari kondisi ini memunculkan bahwa belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai media promosi Program Studi Bisnis Digital. Meskipun Politeknik Negeri Bengkalis telah memiliki berbagai akun media sosial resmi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, konten yang dipublikasikan masih lebih banyak bersifat informatif mengenai kegiatan kampus secara umum. Informasi yang secara khusus menampilkan keunggulan Program Studi Bisnis Digital, testimoni alumni, prospek karier lulusan, maupun pengalaman mahasiswa aktif masih relatif terbatas. Akibatnya, masih banyak calon mahasiswa yang belum memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai keunggulan Program Studi Bisnis Digital dibandingkan program studi lainnya. Kemudian sering dijumpai pada proses penerimaan mahasiswa baru, sebagian calon mahasiswa

memperoleh informasi mengenai program studi melalui rekomendasi teman, keluarga, alumni, maupun guru di sekolah asal. Namun, penyebaran informasi tersebut belum dilakukan secara terencana sehingga informasi yang diterima calon mahasiswa sering kali berbeda-beda, bahkan tidak seluruhnya menggambarkan keunggulan Program Studi Bisnis Digital secara utuh. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi *Word of Mouth* sebagai media promosi belum dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan minat calon mahasiswa.

Berdasarkan fenomena tersebut, promosi media sosial dan *Word of Mouth* diduga memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan calon mahasiswa memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* dan promosi media sosial terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam penyusunan strategi promosi yang lebih efektif di masa mendatang.

Berdasarkan uraian diatas dan permasalahan pada latar belakang maka peneliti berniat melakukan penelitian mengenai judul “Analisis Pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.

2. Untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.
3. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat bagi para peneliti, sehingga mereka dapat memperluas pengetahuan mereka dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang topik, pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi Sosial Media terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital.

1.5.2 Bagi Pembaca

Semoga temuan penelitian saya bermanfaat bagi pembaca dan diharapkan dapat membantu mereka belajar lebih banyak tentang *Word of Mounth* dan Promosi Media Sosial saat membuat keputusan dalam memilih Program Studi.

1.5.3 Bagi Pihak Lain

Semoga penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi pada pihak lain, sehingga penelitian ini juga bermanfaat bagi penelitian yang akan datang.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun batasan masalah pada penelitian ini untuk menghindari pembahasan semakin meluas yaitu penelitian mengenai pengaruh *word of mouth* dan promosi sosial media terhadap keputusan memilih program studi Bisnis Digital di Politeknik Negeri Bengkalis berfokus pada ruang lingkup variabel seperti variabel bebas terbatas pada *word of mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) dan promosi melalui media sosial, variabel terikat terbatas pada keputusan mahasiswa dalam memilih program studi dan subjek penelitian hanya berfokus pada mahasiswa aktif Program Studi Bisnis Digital mulai dari tahun 2022 sampai 2025 di Politeknik Negeri Bengkalis

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mengetahui hasil tugas akhir ini dapat tersusun rapi dan sistematis maka diperlukan sistematika pada laporan ini. Berikut ini adalah sistematika penulisan tugas akhir:

Bab 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian terdahulu dan teori teori yang berkaitan dengan subjek penelitian tugas akhir. Penekan khusus diberikan pada pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi *Media Sosial* terhadap keputusan memilih program studi Bisnis Digital.

Bab 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membaha secara khusus berkaitan dengan tata cara penulis yang termasuk lokasi dan objek penelitian jenis dan sumber data, metode pengumpulan data-data jenis penelitian.

Bab 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisis tentang hasil dan pembahasan penelitian. Hasil penelitian ini berisikan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi *Media Sosial* terhadap keputusan memilih program studi Bisnis Digital.

Bab 5 : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab trakhir, yang mana akan disimpulkan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian memberikan saran-saran yang bermanfaat.