

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam bermasyarakat. Mengibaratkan sebagai organ tubuh manusia, pendidikan merupakan tulang punggung dari kehidupan setiap manusia. Dengan fondasi pendidikan yang kuat, niscaya hal tersebut akan berpengaruh dan bermanfaat untuk kehidupan si manusia tersebut kelak. Menurut Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), pendidikan adalah memberi kita perbekalan yang tidak ada pada masa anak-anak, tetapi kita membutuhkannya di waktu dewasa.

Dengan sistem kurikulum pendidikan di Indonesia, setelah selesai dengan melalui tingkatan wajib belajar 12 tahun, tentunya para siswa ini akan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, yakni Perguruan Tinggi. Lumrah terjadi di Indonesia, bahwa pada momen ini, condongnya mereka akan memilih untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri. Banyak faktor yang melatarbelakangi mengapa para siswa tersebut lebih memilih Perguruan Tinggi Negeri ketimbang dengan Perguruan Tinggi Swasta. Faktor biaya yang cenderung lebih murah, atas dasar rekomendasi orang tua, sampai nama besar kampus menjadi salah satu faktornya. Nama-nama seperti Institut Teknologi Bandung, Universitas Indonesia, Universitas Brawijaya, serta Universitas Padjajaran adalah beberapa nama besar itu, mengesampingkan fakta bahwa tidak semudah itu untuk masuk dan diterima di Perguruan Tinggi Negeri tersebut.

Pada perjalanannya, pemerintah membuat regulasi untuk menanggulangi banyaknya jumlah pendaftar Perguruan Tinggi Negeri dengan membagi tiga jalur penerimaan, Berdasarkan Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2017 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri.

Yang pertama ialah Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri atau biasa disebut dengan SNMPTN, jalur seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri dengan kriteria nilai berdasarkan nilai raport, nilai ujian nasional serta prestasi

akademis lainnya. Lalu yang kedua ialah Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri atau biasa disebut dengan SBMPTN, jalur seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri dengan menggunakan pola ujian tertulis secara nasional. Bagi para pendaftar, jalur ini sangat menguntungkan karena lebih efisien, murah, dan fleksibel karena adanya mekanisme lintas wilayah. Sementara yang terakhir ialah jalur Seleksi Mandiri, berupa pola ujian tertulis dengan regulasi oleh masing-masing Perguruan Tinggi Negeri, namun tidak semua Perguruan Tinggi Negeri membuka jalur ini.

Dilansir dari perolehan data pengumuman hasil SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri) 2019 yang dirilis oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, jumlah peserta yang dinyatakan lulus seleksi pada 85 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) se-Indonesia sebanyak 92.331 siswa. Jumlah tersebut merupakan hasil seleksi yang dilakukan oleh Panitia Pusat dari jumlah pendaftar sebanyak 478.608 siswa.

Tabel 1.1
Daftar Sepuluh Besar Siswa Diterima SNMPTN 2019 Per-PTN

No.	Nama Perguruan Tinggi Negeri	Jumlah
1.	Universitas Brawijaya	3.957
2.	Universitas Negeri Padang	2.591
3.	Universitas Sumatera Utara	2.508
4.	Universitas Pendidikan Indonesia	2.493
5.	Universitas Jember	2.215
6.	Universitas Andalas	2.514
7.	Universitas Diponegoro	2.416
8.	Universitas Negeri	2.115

	Semarang	
9.	Universitas Halu Oleo	2.070
10.	Universitas Syaih Kuala	2.039

(Sumber: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.)

Dari data yang dikeluarkan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi tersebut, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Padang dan Universitas Sumatera Utara menjadi 3 nama teratas Universitas dengan kuota penerimaan mahasiswa terbanyak. Universitas Brawijaya menerima 3.957 mahasiswa melalui jalur SNMPTN, Universitas Negeri Padang menerima 2.591 mahasiswa, dan Universitas Sumatera Utara menerima 2.508 mahasiswa.

Lalu pertanyaannya adalah, kemanakah sisa angka-angka jumlah siswa yang gagal untuk masuk Perguruan Tinggi Negeri melalui jalur SNMPTN? Meskipun nyatanya memang masih ada jalur kedua yakni jalur SBMPTN, namun tidak sedikit dari para siswa tersebut yang langsung mendaftarkan dirinya ke Perguruan Tinggi Swasta untuk sekedar berjaga-jaga demi mendapatkan kursi. Mengacu kembali pada data yang dikeluarkan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) pada 16 Agustus 2019 lalu, mereka mengeluarkan 10 peringkat Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Indonesia. Diantaranya yakni:

Tabel 1.2
Daftar Sepuluh Besar Perguruan Tinggi Swasta Terbaik Di Indonesia
Pada Tahun 2019

No.	Nama Perguruan Tinggi Swasta
1.	Universitas Telkom
2.	Universitas Islam Indonesia
3.	Universitas Bina Nusantara

4.	Universitas Katolik Parahyangan
5.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
6.	Universitas Surabaya
7.	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
8.	Universitas Tarumanagara
9.	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
10.	Universitas Ahmad Dahlan

(Sumber: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.)

Dari data yang dikeluarkan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi tersebut, Universitas Telkom yang berada di peringkat pertama teratas menjadi salah satu pilihan favorit para siswa yang memilih untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta. Berada di selatan Bandung, Universitas Telkom berdiri sejak 2013 setelah terjadinya penggabungan beberapa anak perusahaan YPT (Yayasan Pendidikan Telkom). Beberapa penggabungannya yakni menjadi satunya Politeknik Telkom, Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, dan juga Sekolah Tinggi Seni Rupa Telkom. Semenjak 2013 hingga 2018, dapat dilihat bahwa Universitas Telkom mengalami banyak sekali perkembangan. Dari segi infrastruktur, mereka sangat gencar dalam pembangunan fasilitas dan gedung-gedung penunjang jalannya aktifitas pendidikan.



Gambar 1.1

Logo Universitas Telkom

(sumber: Dokumentasi Peneliti)

Salah satunya adalah fasilitas asrama yang disediakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom, dimulai dari setahun sebelum terbentuknya Universitas Telkom yakni sejak 2012 lalu. Gedung ini berada di kawasan kampus serta sebagai kewajiban mahasiswa tingkat pertama untuk wajib asrama. Tiap tahunnya selalu saja ada penambahan gedung asrama. Terhitung sejak tahun ajaran 2018, terdapat 8 gedung asrama putri dan 10 gedung asrama pria. Beberapa fasilitas didalamnya yakni 2 kasur tingkat untuk 4 penghuni kamar, 4 meja belajar, 1 kamar mandi, dan juga jaringan *wi-fi*.



Gambar 1.2

Gedung asrama Universitas Telkom.

(sumber: dormitory.telkomuniversity.ac.id)

Selain fasilitas gedung asrama, salah satu infrastruktur yang juga menonjol dari Universitas Telkom yakni Perpustakaan yang berkonsep *Open Library*. Diresmikan pada bulan Februari 2017, hal tersebut dibenarkan oleh Rektor Universitas Telkom periode 2013-2018, Mochamad Ashari. Beliau mengatakan bahwa perpustakaan ini terbuka untuk umum, tidak hanya untuk mahasiswa Universitas Telkom saja, sebagaimana yang dilansir dari <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3429087/telkom-university-bangun-perpustakaan-keren-berkonsep-green-futuristic>.

Dengan mengacu data dari Kemenristekdikti 2019 lalu yang menyatakan bahwa saat ini Universitas Telkom menempati urutan pertama dari Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia, sudah pasti banyaknya jumlah mahasiswa menjadi salah satu faktor mengapa Universitas Telkom bisa menempati urutan pertama tersebut, disamping kualitas pendidikan, infrastruktur, serta berbagai prestasi akademis dan non-akademis lainnya. Kembali mengacu serta dilansir pada data yang dikeluarkan oleh Kemenristekdikti 2018-2019 lalu, Universitas Telkom menampung sebanyak 26.127 mahasiswa.

<https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruan tinggi/detail/ODYxRDIBNjQtOTQ5NS00Njg4LUE1MjgtODk5RkNDQTFDMUU4>



Gambar 1.3

Open Library Universitas Telkom

(Sumber: openlibrary.telkomuniversity.ac.id)

Sama seperti selayaknya Universitas-Universitas lainnya, entah itu negeri ataupun swasta, selalu ada komunitas-komunitas yang terbentuk dengan bermacam-macam latar belakangnya yang menghiasi kehidupan Universitas tersebut. Crow dan Allan berkata bahwa adanya 3 komponen yang menjadi latar belakang terbentuknya komunitas, yakni atas kesamaan minat, geografis, serta berdasarkan komuni (1994). Berangkat dari teori tersebut tentang kesamaan geografis, banyak sekali terdapat komunitas-komunitas di Universitas Telkom yang terbentuk akibat kesamaan geografis. Komunitas-komunitas tersebut identik dengan solidaritas dan persaudaraannya yang kuat, karena sebab kesamaan geografis tersebut yang membuat para anggotanya merasa memiliki ikatan emosional dan persamaan nasib karena sama-sama merantau demi kepentingan yang sama, yakni untuk melanjutkan studi. Berikut terlampir data dari 5 besar komunitas berdasarkan geografis (Jabodetabek) di Universitas Telkom.

Tabel 1.3
Daftar Lima Besar Komunitas Berdasarkan Geografis (Jabodetabek) di
Universitas Telkom

No.	Nama Komunitas	Keterangan
1.	FORCY (Family Of Raincity)	Komunitas mahasiswa Universitas Telkom asal Bogor dan sekitarnya (Cibinong, Citeureup, Gunung Putri, Ciawi.)
2.	BOT (Batavia On Telkom)	Komunitas mahasiswa Universitas Telkom asal Jakarta.
3.	PERMISI (Persatuan Mahasiswa Bekasi)	Komunitas mahasiswa Universitas Telkom asal Bekasi.
4.	HASTJA (Himpunan Alumni SMK Telkom Jakarta)	Komunitas mahasiswa Universitas Telkom asal Jakarta Barat.
5.	RANGER	Komunitas mahasiswa Universitas Telkom asal Tangerang.

(Sumber: <https://www.instagram.com/smbtelkom/>)

Salah satu contoh komunitas berdasarkan geografis yang terdapat di Universitas Telkom yakni Family Of Raincity (FORCY) atau komunitas mahasiswa-mahasiswi asal Bogor dan sekitarnya yang berkuliah di Universitas Telkom.



Gambar 1.4

Family Of Raincity Periode Angkatan 2015-2016

(Sumber: Dokumentasi FORCY)

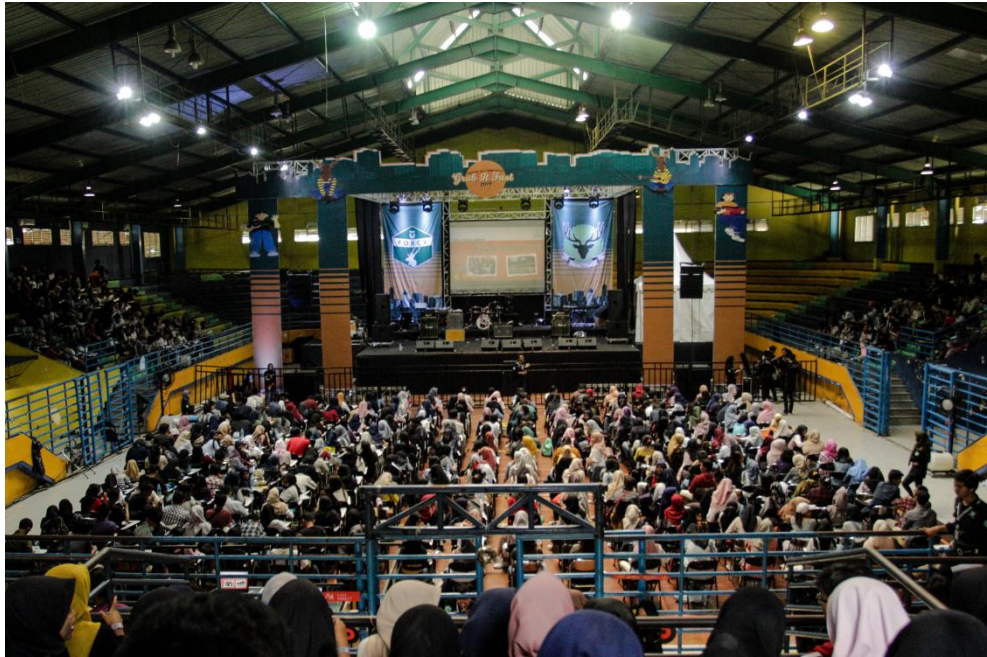
Terbentuk sejak 2006, Family Of Raincity berkembang menjadi salah satu komunitas asal daerah terbesar di Universitas Telkom. Terhitung dari angkatan 2014 hingga angkatan 2018, jumlah anggota dari Family Of Raincity hampir mencapai angka seribu, tersebar di berbagai jurusan di Universitas Telkom. Menerapkan komunitas dengan sistem kekeluargaan, tidak hanya menjadi wadah untuk berkumpul, Family Of Raincity juga melakukan beberapa kegiatan-kegiatan yang di dalamnya terdapat tujuan khusus untuk menciptakan dan menimbulkan rasa solidaritas dan kekeluargaan antar anggotanya. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Family Of Raincity diantaranya:

a. Forcy Gathering (Kumpul Keluarga Bogor).

Kegiatan ini selalu dilakukan oleh Family Of Raincity di awal perkuliahan semester ganjil, bertujuan untuk menyambut masuknya para mahasiswa baru yang berdomisili Bogor. Juga untuk

memperkenalkan beberapa program kerja serta kegiatan-kegiatan yang dimiliki oleh Family Of Raincity.

- b. Forcy Upgrading (Malam Keakraban Family Of Raincity).
Kegiatan makrab (malam keakraban) yang bertujuan untuk semakin mengeratkan hubungan antar para anggota, antar junior dan senior.
- c. Forcy Graduation.
Kegiatan ini dilakukan untuk merayakan, mengapresiasi, serta melepas para mahasiswa-mahasiswi asal Bogor yang sudah menyelesaikan masa studinya di Universitas Telkom.
- d. Forcy Championship.
Termasuk dalam rangkaian pra-acara Grab It Fast, menyelenggarakan sebuah kompetisi futsal yang diikuti oleh para komunitas-komunitas asal daerah lainnya di Universitas Telkom. Diadakan sejak 2015, selain untuk menjadi rangkaian pra-acara Grab It Fast, kegiatan ini juga menjadi ajang silaturahmi Family Of Raincity dengan komunitas-komunitas daerah lainnya.
- e. Grab It Fast (Mudik Roadshow & Try Out SMB Universitas Telkom).
Program kerja terbesar yang dimiliki oleh Family Of Raincity. Bekerja sama dengan pihak Universitas Telkom untuk mengadakan Try Out SMB Telkom serta Mudik Roadshow sebagai salah satu bentuk promosi dari Universitas Telkom. Diadakan di Bogor, kegiatan ini seakan menjadi puncak semua kegiatan Family Of Raincity dalam satu periode. Sejak tahun 2011 hingga tahun 2019, jumlah peserta terus bertambah seiring naiknya kualitas dari program kerja ini. Tercatat pada edisi terakhir dari Grab It Fast yakni tahun 2019, 1621 peserta Try Out dan juga pengunjung umum memadati lokasi gelaran ini, berdasarkan data yang diperoleh dari pihak SMB Telkom.

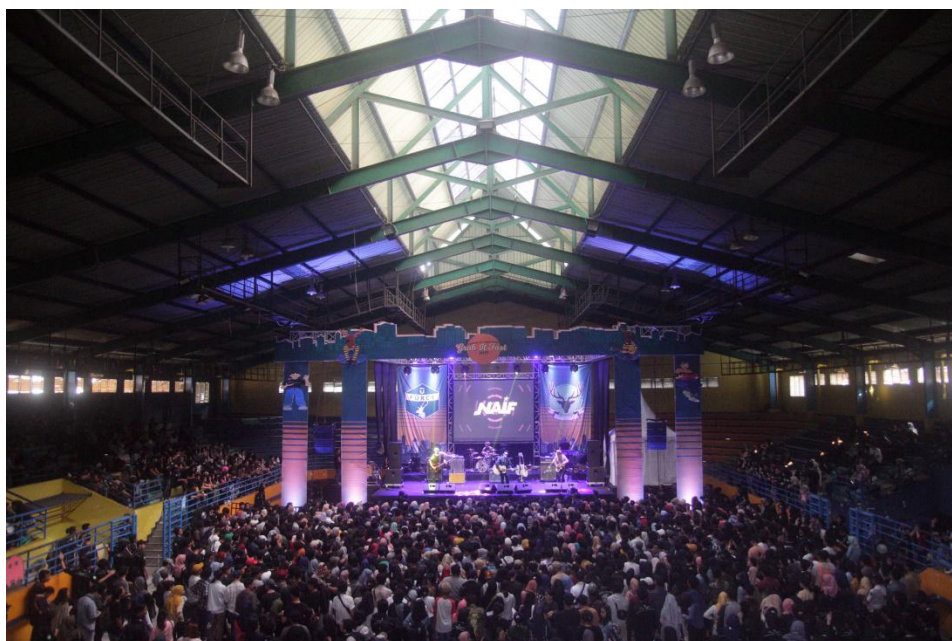


Gambar 1.5

Suasana Grab It Fast 2019

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Dari lima program kerja diatas, Grab It Fast (Mudik Roadshow & Try-Out SMB Universitas Telkom) menjelma sebagai program kerja terbesar yang dimiliki oleh Family Of Raincity, serta menjadi salah satu Try-Out SMB Universitas Telkom terbesar yang diadakan oleh komunitas asal daerah di Universitas Telkom. Sejak dimulai pertama kali pada tahun 2011 hingga ke gelaran terakhirnya di tahun 2019, jumlah peserta Try-Out selalu saja mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dimulai dari tahun 2011 yang dimana acara ini hanya menggunakan gedung sekolah sebagai lokasi penyelenggaraan, Grab It Fast kini dalam 4 gelaran terakhirnya (2016, 2017, 2018, 2019) selalu memakai GOR Padjajaran. Berjalan beriringan dengan fakta bahwa makin tingginya antusias serta banyaknya peserta yang mendaftar untuk mengikuti kegiatan Try-Out tersebut. Tidak hanya Try-Out saja, Grab It Fast juga menghadirkan Talkshow dengan tema yang berbeda-beda di tiap edisinya, juga dengan penampilan musik oleh musisi-musisi ternama di tanah air.



Gambar 1.6

Penutupan Grab It Fast 2019

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Selain karena faktor nama besar Universitas Telkom sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Indonesia yang menyebabkan selalu terjadinya kenaikan jumlah peserta Try-Out di tiap tahunnya, faktor lainnya yang menyebabkan mengapa kenaikan jumlah tersebut bisa terjadi adalah karena Talkshow sebagai salah satu konten acara yang menghadirkan pembicara-pembicara ternama dan juga penampilan musik yang diisi oleh musisi-musisi ternama.

Tabel 1.4

Daftar Pengisi Acara Di 5 Edisi Terakhir Grab It Fast

No.	Tahun Penyelenggaraan.	Lokasi.	Pengisi Acara.
1.	Grab It Fast 2015	Gedung SMAN 3 Bogor	Penampilan musik oleh Kunto Aji.

2.	Grab It Fast 2016	GOR Bogor	Padjajaran	Talkshow bersama Andri Rizki Putra dan Marco Ivanos, Penampilan musik oleh Musicmate dan HIVI.
3.	Grab It Fast 2017	GOR Bogor	Padjajaran	Talkshow bersama Arief Muhammad, Penampilan musik oleh RAN.
4.	Grab It Fast 2018	GOR Bogor	Padjajaran	Talkshow bersama Gofar Hilman, Penampilan musik oleh Kunto Aji dan HIVI.
5.	Grab It Fast 2019	GOR Bogor	Padjajaran	Talkshow bersama Pidi Baiq dan Bima Arya (Walikota Bogor), Penampilan musik oleh Fiersa Besari dan NAIF

(Sumber: Olahan data peneliti)

Alasan mengapa topik Try-Out ini menjadi menarik untuk peneliti ambil, ialah karena program Try-Out ini juga menjadi salah satu cara ataupun Strategi Komunikasi, dan juga bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak kampus, yakni Universitas Telkom yang dipegang oleh pihak SMB Marketing untuk meningkatkan serta membangun *awareness* masyarakat, khususnya siswa SMA tingkat akhir terhadap nama Universitas Telkom, yang notabene masih terbilang awam di beberapa kalangan. Awam yang dimaksud ialah masih banyak yang menganggap bahwa Universitas Telkom adalah STT Telkom, padahal faktanya adalah semua institusi pendidikan dibawah asuhan Yayasan Pendidikan Telkom sudah bergabung menjadi Universitas Telkom pada tahun 2013 lalu. Bekerja sama dengan komunitas-komunitas berdasarkan geografis (daerah) yang tersebar

di kampus, nama serta *awareness* Universitas Telkom otomatis terangkat berkat adanya kerja sama dengan latar belakang Try-Out ini.

Tabel 1.5

Daftar Jumlah Peserta Try-Out SMB Telkom University Di Tahun 2019 Yang Dilaksanakan Oleh Komunitas Berdasarkan Geografis se-Jabodetabek.

No.	Komunitas.	Realisasi Try-Out.	Jumlah Panitia.	Tanggal Try-Out.
1.	FORCY (Family Of Raincity)	1621	292	6 Januari 2019
2.	BOT (Batavia On Telkom)	-	130	-
3.	HASTJA (Himpunan Alumni SMK Telkom Jakarta)	104	96	12 Januari 2019
4.	Ranger (Tangerang)	31	72	-
5.	PERMISI (Persatuan Mahasiswa Bekasi)	118	106	13 Januari 2019

(Sumber: Data dari SMB Telkom)

Dari data-data diatas, dapat disimpulkan bahwa gelaran Try-Out Grab It Fast 2019 oleh FORCY (Family Of Raincity) pada Januari lalu menjadi yang teratas dalam hal jumlah peserta Try-Out. Bogor, yang notabene luas daerah serta teritorinya lebih kecil dari Jakarta dan Tangerang serta Bekasi, ternyata masih bisa mengungguli kota-kota tersebut dalam perolehan jumlah peserta Try-Out, terlepas pada fakta bahwa memang lebih banyak anggota panitia Grab It Fast 2019 ketimbang komunitas lainnya dan tidak diadakannya Try-Out oleh BOT (Batavia On Telkom). Senada dengan pernyataan dari staf marketing SMB Telkom yakni Ibu Endah, mengutip pada skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Melalui Program Mudik Roadshow” oleh

Desriyanti Demetria BR Depari, beliau mengatakan bahwa Roadshow di Bogor selalu sukses, bisa dilihat dari jumlah pendaftar Try-Out lebih banyak dibandingkan dengan daerah lainnya.

Grab It Fast 2019 juga menjadi kali pertama diadakannya Mini-Expo sebagai salah satu konten acara didalamnya. Menggelar pameran yang berisikan *display* dari jurusan-jurusan yang ada di Universitas Telkom, pameran-pameran tersebut dipresentasikan oleh panitia-panitia Grab It Fast 2019 sesuai dengan jurusannya masing-masing. Expo ini secara tidak langsung membantu para peserta untuk lebih mengetahui apa saja yang akan mereka pelajari dan hadapi ketika nantinya akan masuk ke jurusan-jurusan tersebut.

Karena dengan pencapaian angka yang melebihi ekspektasi dan juga melewati target, pada 5 November 2019 lalu, pihak SMB Universitas Telkom meminta tolong dari perwakilan panitia Grab It Fast 2019, yakni ketua dan wakil ketua untuk presentasi dihadapan perwakilan-perwakilan komunitas daerah lainnya. Menjadi acuan serta contoh dari gelaran-gelaran Try-Out SMB Universitas Telkom yang diadakan oleh komunitas-komunitas daerah lainnya.



Gambar 1.7

Presentasi Oleh Tim Grab It Fast 2019

(Sumber: Dokumentasi Grab It Fast)

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Grab It Fast 2019 dapat menjadi bahan penelitian yang menarik, terkait dengan fenomena kerja sama antara FORCY (Family Of Raincity) sebagai salah satu komunitas berdasarkan geografis (daerah) dengan pihak dari Universitas Telkom, berupa sebuah program kerja bertajuk Grab It Fast 2019, dimana didalamnya terdapat Try-Out SMB Universitas Telkom dan juga program Mudik Roadshow. Alasan mengapa topik Try-Out ini menjadi menarik untuk peneliti ambil, karena pada beberapa paragraf lalu telah dijelaskan bahwa, Grab It Fast 2019 memperoleh hasil yang melebihi ekspektasi dan juga melewati target yang sudah mereka tentukan. Tentunya hasil dan target tersebut tidak serta merta terwujud secara sendirinya. Pasti terdapat beberapa strategi-strategi yang dilakukan didalamnya, salah satunya yakni Strategi Komunikasi.

Strategi Komunikasi yang akan dibahas didalam penelitian ini adalah, bagaimanakah Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out. Effendy (2003), berujar bahwa sebuah Strategi Komunikasi merupakan satu paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai satu tujuan. Dalam fenomena ini, tujuan utamanya ialah bagaimanakah Grab It Fast 2019 bisa mendatangkan audiens pada gelaran Try-Out yang mereka selenggarakan dengan melewati target yang sudah mereka tentukan di tahun ini.

Sementara, jika mengurai dari konteks satu paduan dari perencanaan komunikasi Effendy (2003) katakan, meneliti bagaimakah proses dari Strategi Komunikasi yang Grab It Fast 2019 rencanakan dan persiapkan selama hampir 9 bulan lamanya juga menjadi alasan mengapa peneliti memutuskan untuk mengangkat fenomena ini. Berangkat dari latar belakang dan beberapa faktor pendukung tersebut, fenomena yang peneliti ambil pada kesempatan kali ini adalah, seiring berjalannya Grab It Fast dari tahun ke-tahun dan juga berjalan beriringan dengan semakin naiknya kualitas dari Universitas Telkom sebagai salah satu latar belakang terjadinya Grab It Fast, menarik untuk diteliti bagaimanakah Strategi Komunikasi Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out yang mereka adakan. Dalam penelitian ini, peneliti akan

menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiyono (2009: 15) mengutarakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada suatu kondisi objek yang alamiah.

Peneliti juga akan melakukan wawancara secara mendalam kepada pihak-pihak yang memegang peranan langsung dalam Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Grab It Fast 2019, serta observasi dan pengumpulan data-data yang terkait dengan Grab It Fast 2019.

1.2 Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out yang mereka adakan.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dari itu peneliti merumuskan identifikasi masalah dan juga fenomena yang terdapat dalam bentuk pertanyaan, yaitu: Bagaimana Strategi Komunikasi Try-Out Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini, yakni untuk mengetahui Strategi Komunikasi Try-Out Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini, yakni:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk memperdalam ilmu tentang Strategi Komunikasi dan juga strategi-strategi yang beririsan tentang hal tersebut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi pengetahuan langsung bagi peneliti untuk mengetahui secara langsung, Strategi Komunikasi seperti apakah yang digunakan oleh Try-Out Grab It Fast 2019 dalam meningkatkan jumlah peserta Try-Out. Menjadi acuan bagi komunitas-komunitas berdasarkan geografis lainnya untuk mengadakan gelaran Try-Out serupa juga menjadi salah satu manfaat praktis dari penelitian ini.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.5
Waktu Dan Periode Penelitian

Tahapan Penelitian	Feb 2019	Mar 2019	Apr 2019	Mei 2019	Jun 2019	Juli 2019	Agu 2019	Sep 2019
Mencari serta Menentukan Tema dan Objek Penelitian								
Pengumpulan Data, Teori, serta								

Informasi (Penyusunan Bab 1-3)								
Persiapan dan Pengajuan Desk Evaluation								
Revisi Pasca Hasil Desk Evaluation								
Penyusunan Bab 4-5								
Sidang Skripsi								