

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL
PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Syarat Menempuh Mata Kuliah Proyek Akhir pada Program
Studi Diploma 3 Lalu Lintas Udara



Oleh :

GALIH AJLAVIANTARA
NIT. 30322010

**PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA**

2025

LEMBAR JUDUL
PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL
PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Syarat Menempuh Mata Kuliah Proyek Akhir pada Program
Studi Diploma 3 Lalu Lintas Udara



Oleh :
GALIH AJI AVIANTARA
NIT. 30322010

PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL PROGRAM STUDI
DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA POLITEKNIK
PENERBANGAN SURABAYA

Oleh :

GALIH AJI AVIANTARA
NIT. 30322010

Disetujui untuk diujikan pada :
Surabaya, 15 April 2025

Pembimbing I	:	<u>RIDHO RINALDI S.E, M.M.</u> NIP. 19800522 200012 1 001	
Pembimbing II	:	<u>LADY SILK MOONLIGHT,S.Kom., M.T.</u> NIP. 19871109200912 2 002	

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA

Oleh :

GALIH AJI AVIANTARA
NIT. 30322010

Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada Ujian Proyek Akhir
Program Studi Diploma 3 Lalu Lintas Penerbangan
Politeknik Penerbangan Surabaya
pada tanggal : 30 Juli 2025

Panitia Penguji :

1. Ketua : **DANI CHANDRA YUDO PRANOTO, S.Pd.**
NIP. 19801126 200012 1003
2. Sekretaris : **HARI FITRIANTO, S.E., M.A.**
NIP. 19770915 200012 1 001
3. Anggota : **RIDHO RINALDI, S.E., M.M.**
NIP. 19800522 200012 1 001

Ketua Program Studi
D3 Lalu Lintas Udara

MEITA MAHARANI SUKMA, M.Pd.
NIP. 19800502 200912 2 002

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA

Oleh :

Galih Aji Aviantara
NIT. 30322010

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap profil Program Studi (Prodi) D3 Lalu Lintas Udara di Politeknik Penerbangan Surabaya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, studi ini mengeksplorasi bagaimana berbagai platform media sosial dimanfaatkan oleh prodi untuk membangun dan memperkuat citra mereknya di kalangan calon mahasiswa, industri penerbangan, dan masyarakat umum. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan staf prodi, analisis konten media sosial prodi, dan observasi aktivitas online.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi branding prodi melalui media sosial, efektivitasnya dalam menjangkau target audiens, serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Politeknik Penerbangan Surabaya dan institusi pendidikan tinggi lainnya dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi program studi.

Kata kunci : *Media Sosial, Profil, Program Studi, Lalu Lintas Udara, Politeknik Penerbangan Surabaya, Kualitatif.*

ABSTRACT

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA

Oleh :

Galih Aji Aviantara
NIT. 30322010

This research aims to analyze the influence of social media on the profile of the Air Traffic Control (ATC) Diploma III Program at the Surabaya Aviation Polytechnic. Employing a qualitative research method, this study explores how various social media platforms are utilized by the program to build and strengthen its brand image among prospective students, the aviation industry, and the general public. Data collection was conducted through in-depth interviews with program staff, analysis of the program's social media content, and observation of online activities.

The research findings are expected to provide a comprehensive understanding of the program's branding strategies through social media, its effectiveness in reaching target audiences, as well as the challenges and opportunities encountered. The implications of this research are expected to provide insights for the Surabaya Aviation Polytechnic and other higher education institutions in optimizing the use of social media to enhance the visibility and reputation of their study programs.

Keywords : Social Media, Profile, Study Program, Air Traffic Control, Surabaya Aviation Polytechnic, Qualitative

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan hidayahnya, Proyek Akhir yang berjudul “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PROFIL PRODI DIPLOMA 3 LALU LINTAS UDARA POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan Proyek Akhir ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Penerbangan Surabaya dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.).

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada segenap pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses penyusunan Proyek Akhir ini, terutama kepada :

1. Bapak Ahmad Bahrawi, S.E., M.T sebagai Direktur Politeknik Penerbangan Surabaya
2. Ibu Meita Maharani Sukma, M.Pd selaku Ketua Program Studi D3 Lalu Lintas Udara Politeknik Penerbangan Surabaya
3. Bapak Ridho Rinaldi, S.E., M.M. selaku pembimbing 1 yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan proposal Tugas Akhir ini;
4. Ma'am Lady Silk Moonlight, S.Kom., M.T. selaku pembimbing 2 yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan proposal Tugas Akhir ini;
5. Bapak/Ibu dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan proposal Tugas Akhir ini;
6. Kedua Orang Tua, atas doa, semangat, dan dukungan yang diberikan.
7. Teman-teman seangkatan dan adik-adik kelas, atas dukungan yang diberikan.

Tak ada gading yang tak retak. Tentunya karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Atas segala kesalahan dan kata-kata yang kurang berkenan, kami memohon maaf. Saran dan kritik membangun kami harapkan demi karya yang lebih baik di masa mendatang.

Surabaya, 28 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Hipotesis.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.6.1 Bagi Penulis	4
1.6.2 Bagi Pihak Kampus.....	4
1.6.3 Bagi Akademik.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Konsep Branding dalam Pendidikan Tinggi.....	6
2.2 Teori Model Honeycomb Kietzman	6
2.3.1 Fungsi Media Sosial dalam Branding Perguruan Tinggi	8
2.3.2 Instagram.....	8
2.3 Strategi Pemasaran Digital dalam Pendidikan Tinggi.....	9
2.4 Penelitian Terdahulu.....	11
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1 Metode Penelitian.....	13
3.2 Desain Penelitian.....	14

3.3	Komponen Perangkat Keras dan Perangkat Lunak	17
3.3.1	Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	17
3.3.2	Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	19
3.4	Teknik Pengumpulan Data	21
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.5.1	Tempat Penelitian	23
3.5.2	Waktu Penelitian	23
3.6	Pendekatan Penelitian.....	24
3.7	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.7.1	Populasi.....	25
3.8	Diagram Alur Penelitian.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Hasil Penelitian.....	29
4.2	Gambaran Umum Media Sosial Instagram @llu_poltekbangsby	29
4.3	Pola Penggunaan media sosial Dalam membangun branding	32
4.4	Implementasi Pola Penggunaan Media Sosial.....	37
4.5	Pengaruh Media Sosial terhadap Citra dan Daya Tarik Program Studi	40
4.6	Strategi Pendekatan Konten dalam Membangun Citra Program Studi D3 Lalu Lintas Udara Melalui Media Sosial.....	44
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Analisa data Miles dan Huberman	21
Gambar 3. 2 Komponen dalam analisis data (interactive model)	21
Gambar 4. 1 Media Sosial Instagram @llu_poltekbangsby.....	29
Gambar 4. 2 Logo Program Stufi D3 Lalu Lintas Udara	31
Gambar 4. 3 Uraian Pola Penggunaan Media Sosial	32
Gambar 4. 4 Tampilan Menambahkan Akun Instagram.....	32
Gambar 4. 5 Tampilan Log In Akun Instagram.....	33
Gambar 4. 6 Akun Instagram @llu_poltekbangsby	34
Gambar 4. 7 Postingan Perdana dan Rencana Pengembangan Konten Instagram @llu_poltekbangsby	35
Gambar 4. 8 Kunjungan Akun Instagram @llu_poltekbangsby	39
Gambar 4. 9 Perkembangan Akun Instagram @llu_poltekbangsby dalam Dua Bulan Terakhir	40
Gambar 4. 10 Dokumentasi Kegiatan	41
Gambar 4. 11 Konten Video Kolaborasi.....	42
Gambar 4. 12 Direct Message dari Calon Mahaiswa.....	43
Gambar 4. 13 Postingan Organik	46
Gambar 4. 14 Data Insight Salah Satu Konten Organik	47
Gambar 4. 15 Postingan Konten Kolaboratif.....	49
Gambar 4. 16 Capaian Konten	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian.	23
Tabel 4. 1 Fitur Instagram dan Penggunaannya.....	37
Tabel 4. 2 Hasil Capaian Konten	51

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H., Safitri, R. I., Mentari, A. F. B., & Fariha, N. F. (2024). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Personal Branding pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1425>
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis Self-Presenting Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <https://doi.org/10.18860/dsjpips.v1i2.1619>
- Amiruddin, R., Unde, A. A., & Akbar, M. (2021). Audit Komunikasi Strategi Digital Perguruan Tinggi Swasta dalam Memperkuat Brand Image Lembaga di Media Sosial. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1726–1734.
- Cry Cinta P. Anjeli, Betris L. Lengkong, dkk. (2022). Branding Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial Instagram. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 44. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Iqbal, M. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Branding Perguruan Tinggi. *Universitas Medan Area*.
- Karamang, E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Pada Sekolah Bisnis Di Bandung. *Manners*, 5(1), 20–31. <https://doi.org/10.56244/manners.v5i1.457>
- Lestariani, M. A., & Fadila, E. L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Universitas Mulia Balikpapan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 205–212. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13518>
- Lubis, A. R. H., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1213–1219. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3210>
- Mayis Ni'mal Fatat. (n.d.). *STRATEGI BRANDING BERBASIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI UIN WALISONGO SEMARANG* Mayis Ni 'mal Fatat.

- Pavlou, P. A., & Stewart, D. W. (2019). INTERACTIVE ADVERTISING: A NEW CONCEPTUAL FRAMEWORK TOWARDS INTEGRATING ELEMENTS OF THE MARKETING MIX. *Theory Posits a Process Involving the Reciprocal Interaction of Individuals through the Use of Technological Media (Poole and DeSanctis 1994).*, 212–222. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11927-4_68
- Rita Fitria. (2024). Strategi Komunikasi Branding Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru di SMA IT Ash-Shiddiqi Jambi. *Al-Fahim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 91–111. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.1164>
- Widiyati, E. N., & Prihantoro, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Smk Teratai Putih Global 3 Bekasi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Penerimaan Peserta Didik BarU. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(01).
- Wiradharma, G., Budiman, R., Rahmawati, D., Endah Riana, K., & Harsasi, M. (2023). Social Media Performance Study of Open and Distance State University. *Komunika*, 10(2), 118–129. <https://doi.org/10.22236/komunika.v10i2.10617>.
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @Indahoei. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 359–372. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.478>