

ABSTRAK

Banyaknya teknologi yang terus bermunculan dan memiliki inovasi baru dalam mempermudah hidup manusia. Penggunaan media sosial kini tak hanya digunakan oleh perusahaan saja, kini instansi juga menggunakan media sosial dan salah satunya perguruan tinggi yaitu UMBY sering menggunggah informasi tentang promosi yang ditujukan terhadap khalayak khususnya bagi calon mahasiswa baru mendaftarkan diri di UMBY. Pada penelitian Metode yang digunakan di penelitian ini adalah kuantitatif korelasi. Teknik sample yang digunakan adalah jenis teknik probability sampling yang menggunakan random sampling. Pengambilan respondenya diambil sebanyak 125 mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2022. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Promosi di Media Sosial dan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi. Maka penelitian ini menunjukkan uji t yang bahwa u nilai t hitung lebih besar yaitu 7,126 dari t tabel yaitu 1,976. Dengan nilai yang telah didapatkan maka promosi media sosial (X) memiliki pengaruh dengan keputusan dalam memilih perguruan tinggi (Y). Dan berdasarkan uji F u nilai f hitung 50,783 lebih besar f tabel 3,07 maka dikatakan bahwa promosi media sosial (X) memiliki pengaruh dengan keputusan dalam memilih perguruan tinggi (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2022 Dalam Memilih Perguruan Tinggi

Kata Kunci:Keputusan Memilih, Media Sosial, Perguruan Tinggi, Promosi

ABSTRACT

The number of technologies that continue to emerge and have new innovations in making human life easier. The use of social media is now not only used by companies, now agencies also use social media and one of them is a university, namely UMBY, which often uploads information about promotions aimed at the audience, especially for prospective new students to enroll at UMBY. In research The method used in this research is quantitative correlation. The sample technique used is a type of probability sampling technique that uses random sampling. Respondents were taken as many as 125 students from the Faculty of Communication Sciences and Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta class of 2022. The theory used in this study is Promotion on Social Media and the Decision to Choose a College. So this study shows a t test that the t value is greater, namely 7.126 than the t table, namely 1.976. With the value that has been obtained, social media promotion (X) has an influence on the decision to choose a college (Y). And based on the F test, the value of f count 50.783 is greater than f table 3.07, it is said that social media promotion (X) has an influence on decisions in choosing a college (Y). So it can be concluded that the results of this study indicate that there is an influence of promotion through social media on the decision of students of the Faculty of Communication and Multimedia Sciences, Universitas Mercu Buana Yogyakarta class of 2022 in choosing a university.

Keywords: Choosing Decision, Social Media, College, Promotion