

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa pandemi saat ini, persaingan global mulai terjadi dan berlangsung signifikan. Salah satunya yaitu dalam bidang Pendidikan khususnya di perguruan tinggi kota Sukabumi. Perguruan tinggi di kota Sukabumi dihadapkan pada situasi dilematis untuk menciptakan keunggulan produk dan inovasi yang memuaskan untuk melakukan promosi dalam meningkatkan daya tarik para mahasiswa baru saat kondisi pandemi. Hal itu menjadi *new challenge* bagi setiap perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta, salah satunya yaitu Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

Universitas Muhammadiyah Sukabumi merupakan peringkat pertama sebagai Universitas terbaik di Sukabumi. Hal ini dibuktikan melalui survey yang digagas oleh Unirank¹ dengan urutan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Sumber Hasil Olah Data Unit Pelaksana Teknis, Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru

No	Nama Universitas	Peringkat
1.	Universitas Muhammadiyah Sukabumi	1
2.	Universitas Nusa Putra	2

Hasil survey unirank pada table 1.1 diatas ditentukan dengan beberapa kriteria antara lain telah diakreditasi oleh organisasi terkait Pendidikan tinggi yang sesuai di negara yang bersangkutan. Menawarkan setidaknya gelar sarjana empat

¹ Wawancara dengan Sekretaris UPT.HPPMB UMMI

tahun (sarjana) atau gelar pascasarjana (magister atau doctoral). Serta melakukan perkuliahan terutama dalam format Pendidikan tradisional, tatap muka dan non-jarak jauh.²

Universitas Muhammadiyah Sukabumi sebagai Universitas nomor satu di Sukabumi sudah melakukan berbagai upaya promosi untuk menghadapi *New Challenge* tersebut, salah satunya dengan membuat perencanaan dan kegiatan – kegiatan promosi dalam meningkatkan daya tarik mahasiswa baru di masa pandemi yang dilaksanakan oleh Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru.

Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru telah melakukan beberapa strategi dalam melakukan promosi antara lain dengan memposting iklan berupa pamflet, video dan infografis penerimaan mahasiswa baru melalui media baik cetak maupun elektronik, *event-event* yang diselenggarakan oleh program studi dan mahasiswa, kerjasama dengan guru bimbingan dan konseling dalam program pendaftaran kolektif siswa, posting pemberitaan berbagai kegiatan kampus di media cetak, elektronik, *website* dan sosial media dan menginformasikan secara langsung *face to face* dengan mendatangi sekolah-sekolah langsung untuk mensosialisasikan program akademik universitas dengan para siswa kelas XII.

Promosi tersebut kurang mendapatkan respon yang sesuai ekspektasi dimana peminat tahun 2020 menurun. Penyebabnya, karena kondisi pandemi sehingga mereka memutuskan untuk melanjutkan kuliah di tahun yang akan datang.

² <https://www.4icu.org/id/>

Hal ini menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sukabumi.³

Promosi yang sudah dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi sebelum masa pandemi sudah dipastikan mengalami perubahan yang sangat drastis. Perbandingan cara promosi pada tahun 2019 sedikit berbeda dengan tahun 2020. Pada tahun 2019 Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru melakukan promosi dengan mendatangi langsung ke sekolah, sedangkan pada tahun 2020 Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru melakukan promosi secara online menggunakan aplikasi zoom dikarenakan kondisi pandemi yang tidak memungkinkan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru melakukan promosi secara *face to face*. Hal ini menyebabkan mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi menurun sekitar 14,5% dari tahun sebelumnya. Survey tersebut berdasarkan perbandingan database mahasiswa baru tahun 2019 dengan 2020 yang mengalami penurunan signifikan. Tahun 2019, mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi mencapai 1204 orang dari 22 program studi. Sedangkan, pada tahun 2020, hanya mencapai 1029 orang dari 23 program studi.⁴

Peran Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru dalam meningkatkan jumlah Mahasiswa baru tentu sangat berpengaruh,

³ Wawancara ketua UPT,HPPMB

⁴ Wawancara dengan staff UPT.HPPMB

karena yang menentukan sedikit banyaknya jumlah mahasiswa baru salah satunya yaitu kinerja Humas. Dalam hal promosi, Humas harus gencar membuat iklan yang menarik dan sesuai target. Selain membuat iklan di media sosial, koran dan lain sebagainya, Humas juga harus *fast respon* Ketika konsumen menanyakan suatu hal, baik secara *online* maupun tatap muka. Selain itu, Humas juga harus rutin melakukan koordinasi dengan setiap Program Studi agar terjadi keselarasan dalam menentukan target pencapaian.

Menjawab hal tersebut, peran Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi tentu harus menunjukkan posisinya dalam meningkatkan strategis promosi untuk menarik minat para mahasiswa baru khususnya dimasa pandemi. Masa pandemi ini tentu menjadi rutinitas baru bagi setiap individu, lembaga dan seluruh komponen perangkat agar bisa beraktivitas. Permasalahan tersebut menekan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi harus memiliki strategi *marketing* yang baik dan berbeda dari sebelumnya.

Marketing Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru adalah kombinasi implementasi dan strategi pemasaran serta kegiatan hubungan masyarakat, yang bertujuan untuk memperluas cakupan pemasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen. Jika *order* dijalankan maka kepuasan pelanggan akan terpenuhi. Kesimpulan ini berarti bahwa pemasaran adalah suatu ide menginput kebutuhan pelanggan dengan cara menampilkan produk dan segala sesuatu yang berhubungan dengan produk (terkait dengan pembuatan, distribusi dan konsumsi akhir produk).

Peran Unit Pelaksana Teknis, Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru di dunia *marketing* tentu terfokus pada promosi. Selain itu, peran *marketing* Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru yaitu melakukan proses perencanaan dan pengevaluasian suatu program yang merangsang penjualan dan pelanggan. Hal tersebut dilaksanakan melalui penyampaian informasi yang kredibel dan kesan-kesan yang bisa menghubungkan antara perusahaan, produk dengan kebutuhan dan perhatian pelanggan.

Dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan survey mengenai strategi Unit Pelaksana Teknis , Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam menarik minat para mahasiswa baru lewat karya tulis ilmiah ini yang berjudul **“Strategi *Marketing* Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa di Masa Pandemi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi *marketing* Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi?”

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun pertanyaan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perencanaan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi?
2. Bagaimana kegiatan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi?
3. Bagaimana pesan-pesan yang disampaikan oleh Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi.
2. Untuk mengetahui kegiatan Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi.
3. Untuk mengetahui pesan-pesan yang disampaikan oleh Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang hubungan masyarakat mengenai strategi *marketing* Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis bagi Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru dalam penelitian ini yaitu sebagai media referensi tentang kegiatan dan strategi Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Sukabumi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa di masa pandemi.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. (Moleong, 2017: 5)

Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. (Moleong, 2017:4)

Untuk menjalankan penelitian ini maka dibutuhkan pendekatan penelitian yang mendukung. Jenis pendekatan yang digunakan untuk mendukung penelitian kualitatif ini yaitu pendekatan deskriptif.

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” (Sugiyono, 2017:147)

1.6.1 Pemilihan Sumber Data

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang mengetahui tentang situasi sosial tersebut. Terdapat beberapa teknik dalam pemilihan sumber data. Dalam penelitian ini, penentuan sumber data pada responden dilakukan secara *purposive sampling* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Sampling purposive adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya, akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitiannya tentang kondisi politik disuatu daerah, maka sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2017: 81-85)

Safinah Faisal dengan mengutip pendapat Spradley mengemukakan bahwa, situasi sosial untuk sampel awal sangat disarankan suatu situasi sosial yang didalamnya menjadi semacam muara dari banyak dominan lainnya. Selanjutnya

dinyatakan dominan bahwa, sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya memenuhi kriteria yaitu informan harus menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya. Selain itu, informan masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti, mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi, tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya sendiri” serta informan pada mulanya harus tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber. (Sugiyono. 2017: 221)

Berdasarkan kriteria informan diatas, maka peneliti menggunakan tiga informan yang relevan. Yaitu kepala Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Sekretaris Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru, dan staf Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru. Ketiga informan tersebut diantaranya Bapak M. Rizki Zaenudin, S.Pi.,M.Si, Bapak Sigit Sanjaya, S.Kom, dan Bapak M. Rival Kustiyawahyudi. Berikut daftar informan dalam bentuk table adalah :

Table 1.2 Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Jenis kelamin
1.	M. Rizki Zaenudin, S.Pi.,M.Si	Kepala Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru	Laki-Laki
2.	Sigit Sanjaya, S.Kom	Sekretaris Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru	Laki-Laki
3.	M. Rival Kustiyawahyudi	Staf Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru	Laki-Laki

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Burhan Bungin mengemukakan bahwa Metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidak suatu penelitian. Dalam hal ini diperlukan adanya teknik pengambilan data yang dapat digunakan secara cepat dan tepat sesuai dengan masalah yang diselidiki dan tujuan penelitian, maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini yaitu, Metode observasi dan Metode *Interview*. (Kartiko, 2010: 236)

1.6.2.1 Metode Observasi atau Pengamatan

Ada beberapa alasan mengapa dalam penelitian kualitatif, pengamatan dimanfaatkan sebesar-besarnya seperti yang dikemukakan oleh Guba dan Lincoln sebagai berikut (Moleong, 2017: 174-175).

- a) Teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung.
- b) Teknik pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.
- c) Pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposisional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari kata.
- d) Sering terjadi ada keraguan pada peneliti, jangan-jangan pada data yang dijangkau ada yang keliru atau *bias*. Kemungkinan keliru itu terjadi karena kurang dapat mengingat peristiwa atau hasil wawancara, adanya

jarak antara peneliti dan yang diwawancarai, ataupun karena reaksi peneliti yang emosional pada suatu saat. Jalan yang terbaik untuk mengecek kepercayaan data tersebut ialah dengan jalan memanfaatkan pengamatan.

- e) Teknik pengamatan memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit.
- f) Dalam kasus-kasus tertentu dimana teknik komunikasi lainnya tidak memungkinkan, pengamatan dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat.

Jadi metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Yang dimaksud observasi dalam penelitian ini adalah pengamatan langsung dengan melihat, mengamati sendiri bagaimana proses *marketing Public Relations* di Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

1.6.2.2 Metode *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dengan mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Guba, antara lain : mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari

orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota. (Moleong, 2017: 186)

Guba dan Lincoln mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara tim atau panel, wawancara tertutup dan wawancara terbuka, wawancara riwayat secara lisan, dan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Teknik wawancara yang digunakan peneliti yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. (Moleong, 2017: 188-190)

1. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang penawaran caranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pokok-pokok yang dijadikan dasar pertanyaan diatur secara sangat terstruktur. Dalam melakukan wawancara terstruktur ini penulis melakukan wawancara kepada tiga informan yaitu kepada Bapak M. Rizki Zaenudin, S.Pi.,M.Si selaku kepala Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru, Bapak Sigit Sanjaya, S.Kom, selaku Sekretaris Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru, dan M. Rival Kustiyawahyudi, selaku Staf Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru.

Keuntungan wawancara terstruktur ialah jarang mengadakan pendalaman pertanyaan yang dapat mengarahkan terwawancara agar sampai berdusta.

2. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang berbeda dengan yang terstruktur. Cirinya kurang diinterupsi dan arbitrer. Wawancara

semacam ini digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal. Penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada M. Rival Kustiyawahyudi, selaku Staf Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru. Hasil wawancara semacam ini menekan pengecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak lazim penafsiran Kembali, pendekatan baru, pandangan ahli, atau perspektif tunggal.

1.6.2.3 Penggunaan Dokumen

Akhir-akhir ini orang membedakan dokumen dan *record*. Guba dan Lecoln mendefinisikannya sebagai berikut : *Record* adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting. Dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. (Moleong, 2017:216)

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen yang berupa : Dokumen resmi yang berupa arsip data jumlah mahasiswa baru tahun 2019 sampai 2020, buku pedoman, laporan penerimaan mahasiswa baru, foto kegiatan yang diambil pada saat peneliti ikut serta dalam kegiatan observasi yang membuat data menjadi lebih kredibel atau dapat dipercaya.

1.6.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik analisis data dengan menggunakan metode Analisis Data Kualitatif. Analisis data Kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data,

memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. (Moleong, 2017: 248).

1.6.4 Teknik Validitas Data

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti, dengan kata lain, suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak kita ukur. Menentukan validitas pengukuran memerlukan suatu evaluasi terhadap kaitan antara definisi operasional variabel dengan definisi konseptual. (Morissan, 2012:103)

Mengukur validitas membutuhkan penilaian yang cermat di pihak peneliti. Suatu pengukuran validitas sangat jarang menghasilkan kesimpulan yang sangat valid (*totally valid*) atau sama sekali tidak valid (*invalid*), karena biasanya ukuran validitas berada disekitar titik tengah. (Morissan,2012:104)

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. (Sugiyono, 2017: 267)

Teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian ini adalah :

1.6.4.1 Triangulasi

Menurut Sugiyono triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian, peneliti menggunakan ketiga teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu karena ketiganya saling berkaitan satu sama lain. (Sugiyono, 2017: 273-274)

3. Triangulasi Sumber. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Selanjutnya data dianalisis dan menghasilkan kesimpulan, kemudian dimintakan kesepakatan kepada sumber data tersebut. Triangulasi sumber dilakukan kepada Bapak M. Rizki Zaenudin, S.Pi.,M.Si selaku kepala Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru, Bapak Sigit Sanjaya, S.Kom, selaku Sekretaris Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru, dan M. Rival Kustiyawahyudi, selaku Staf Unit Pelaksana Teknis Humas, Promosi dan Penerimaan Mahasiswa Baru.
4. Triangulasi Teknik. untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi atau dokumentasi.
5. Triangulasi Waktu. Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat

