



Judul Skripsi:

**DESAIN PESAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@DITJEN.DIKTI (Studi Kasus: Program Kampus Merdeka Direktorat
Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan,
Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Sarjana Ilmu
Komunikasi

Ramel Maulynda Rachma

1710411231

Pembimbing 1: Dr. Antar Venus, M.A. Comm

Pembimbing 2: Dian Tri Hapsari, M. Si



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ramel Maulynda Rachma

NIM 1710411231

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2023

Yang menyatakan,



Ramel Maulynda Rachma

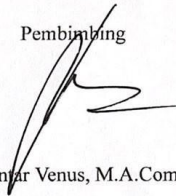
PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ramel Maulynda Rachma
NIM : 1710411231
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : DESAIN PESAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @DITJEN.DIKTI (Studi Kasus: Program
Kampus Merdeka Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset
dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset,
dan Teknologi RI)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Anjar Venus, M.A. Comm

Penguji 1



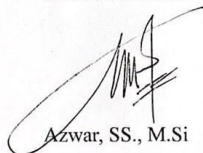
Dr. Ana Kuswanti, M.Si

Penguji 2



Intan Putri Cahyani, M.Ikom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 5 Juli 2023

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramel Maulynda Rachma
NRP : 1710411231
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

DESAIN PESAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DITJEN.DIKTI (Studi Kasus: Program Kampus Merdeka Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Juli 2023

Yang menyatakan,



Ramel Maulynda Rachma

**DESAIN PESAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DITJEN.DIKTI
(Studi Kasus: Program Kampus Merdeka Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset,
dan Teknologi RI)**

RAMEL MAULYNDA RACHMA

ABSTRAK

Akun Instagram Ditjen Dikti yaitu @ditjen.dikti mendapatkan 1 komentar negatif, 3 komentar positif, dan 11 komentar diluar konteks konten logo Kampus Merdeka yang diunggah pada 15 September 2020. Hal ini menjadi permasalahan bagaimana sebuah instansi pemerintah menyampaikan pesan kampanyenya. Salah satu unit utama di Kemendikbud RI yang menggunakan Instagram dalam mengkampanyekan program Kampus Merdeka ini bertujuan untuk mencapai target utamanya yaitu mahasiswa, dosen, industri, dan pihak universitas. Penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana desain pesan kampanye Kampus Merdeka yang dilakukan oleh Ditjen Dikti berdasarkan aspek *ethos*, *pathos*, *logos* pada teori Retorika Aristoteles dirancang dan bagaimana struktur pesan konten kampanye program Kampus Merdeka di akun Instagram @ditjen.dikti dibuat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan jenis penelitian riset lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada subjek penelitian yang terdiri dari *informant* dan *key informant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain pesan kampanye program Kampus Merdeka tidak memiliki aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang kuat karena pesan yang disampaikan bersifat informatif. Aspek *pathos* muncul pada 29 slide konten yang diteliti tidak kuat karena hanya berdasarkan segi visual. Aspek *ethos* ada pada 29 slide konten pada logo dan gambar tokoh yang dicantumkan. Namun, hanya ada 8 slide dari 29 slide konten yang diteliti memiliki aspek *logos*. Struktur pesan kampanye program Kampus Merdeka memiliki *one sided message* karena konten yang diunggah merupakan konten promosi, kemudian susunan penyajian dibuat menggunakan bentuk konten carousel dengan susunan judul kemudian dilanjutkan dengan isi konten, dan penarikan kesimpulan terdapat 2 konten yang kesimpulannya ditulis pada *caption*.

Kata kunci: *Ethos-Pathos-Logos*, Instagram, Kampanye, Kampus Merdeka.

**SOCIAL MEDIA INSTAGRAM CAMPAIGN @DITJEN.DIKTI MESSAGE
DESIGN**

**(Case Study: Kampus Merdeka Program by Directorate General of Research and
Technology Higher Education, Ministry of Education, Culture, Research and
Technology of the Republic of Indonesia)**

RAMEL MAULYNDA RACHMA

ABSTRACT

The Instagram account of the Directorate General of Higher Education, @ditjen.dikti, received 1 negative comment, 3 positive comments, and 11 comments unrelated to the content of the Kampus Merdeka logo that was uploaded on September 15, 2020. This raises concerns about how a government institution conveys its campaign message. One of the key units within the Indonesian Ministry of Education and Culture (Kemendikbud RI) that uses Instagram to promote the Kampus Merdeka program aims to reach its primary targets, namely students, lecturers, industry stakeholders, and universities. This research aims to explain how the campaign message design of Kampus Merdeka, conducted by the Directorate General of Higher Education, is based on the ethos, pathos, and logos aspects of Aristotle's Rhetoric theory and how the content structure of the Kampus Merdeka program campaign on the @ditjen.dikti Instagram account is created. This study employs a qualitative approach with a case study method and field research type. Data collection is conducted through in-depth interviews with research subjects, including informants and key informants. The results of the research indicate that the design of the Kampus Merdeka program campaign message lacks strong elements of ethos, pathos, and logos because the messages conveyed are primarily informative. The pathos aspect is weak in the 29 content slides examined as it relies mainly on visual elements. Ethos is present in the 29 content slides through the logo and images of figures included. However, only 8 out of 29 content slides examined have logos elements. The structure of the Kampus Merdeka program campaign message is one-sided because the uploaded content is promotional in nature. The presentation format uses a carousel content format with a title followed by content, and there are 2 pieces of content in which conclusions are written in the captions.

Key words: Campaign, Ethos-Pathos-Logos, Instagram, Kampus Merdeka.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya yang telah melancarkan, memudahkan, serta memberikan kasih sayang-Nya yang tidak terbatas sehingga penelitian dengan judul “DESAIN PESAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DITJEN.DIKTI (Studi Kasus: Program Kampus Merdeka Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI)” dapat selesai. Penggunaan media sosial yang semakin marak ini membuka mata penulis betapa mudahnya akses untuk mencari informasi maupun menyampaikan informasi. Ditjen Dikti membuktikan bahwa penggunaan media sosial bisa lebih dari sekedar mencari dan menyampaikan informasi. Kampanye Kampus Merdeka melalui akun Instagram @ditjen.dikti menjadi salah satu contoh adanya kampanye pendidikan yang dilakukan melalui akun Instagram.

Hadirnya kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut berpartisipasi pada penelitian ini terutama Ditjen Dikti yang telah bersedia menjadi wadah dan informan untuk penelitian ini, serta kepada kedua orang tua, keluarga, Para Dosen Pembimbing, Rektor UPNVJ, serta seluruh teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sadar akan banyaknya kekurangan dalam penulisan penelitian ini dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan para pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun untuk penelitian yang lebih baik lagi kedepannya nanti.

Jakarta, 23 Juni 2023



Ramel Maulynda Rachma

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Signifikansi Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep Penelitian.....	23
2.2.1 Desain Pesan Kampanye.....	23
2.2.2 Kampus Merdeka.....	26
2.2.3 Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud RI.....	27
2.2.4 Kampanye.....	28
2.2.5 Media Sosial.....	28
2.2.6 Instagram.....	30
2.3 Teori Penelitian.....	30
2.3.1 Teori Retorika Aristoteles.....	30
2.4 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian.....	35

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Wawancara Mendalam.....	36
3.4 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
BAB IV.....	41
PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti).....	41
4.2 Profil Akun Instagram @ditjen.dikti.....	42
4.3 Hasil Penelitian.....	42
4.3.1 Desain pesan kampanye program Kampus Merdeka pada akun Instagram @ditjen.dikti berdasarkan aspek ethos, pathos, dan logos Retorika Aristoteles pada akun Instagram @ditjen.dikti.....	45
4.3.2 Struktur pesan kampanye program Kampus Merdeka berdasarkan aspek ethos, pathos, dan logos Retorika Aristoteles pada akun Instagram @ditjen.dikti.....	50
4.4 Hasil Pembahasan.....	57
4.4.1 Desain Pesan Kampanye Program Kampus Merdeka Pada Akun Instagram @ditjen.dikti berdasarkan aspek ethos, pathos, dan logos Retorika Aristoteles.....	57
4.4.2 Struktur pesan kampanye program Kampus Merdeka pada akun Instagram @ditjen.dikti.....	88
BAB V.....	138
KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN A.....	144
LAMPIRAN B.....	147
LAMPIRAN C.....	159
LAMPIRAN D.....	163
LAMPIRAN E.....	164
LAMPIRAN F.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 1.2 Jadwal Penelitian.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 1).....	1
Gambar 1.2 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 2).....	1
Gambar 1.3 Komentar pada konten logo Kampus Merdeka.....	2
Gambar 1.4 Profil akun instagram ditjen.dikti.....	3
Gambar 1.5 Jumlah Artikel Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye.....	3
Gambar 4.1.1 Kampus Merdeka.....	41
Gambar 4.2.1 Profil Akun Instagram @ditjen.dikti.....	42
Gambar 4.3.1.1 Akun Instagram Kevin Geraldi.....	43
Gambar 4.3.1 Profil Akun Instagram @ditjen.dikti.....	46
Gambar 4.3.2 Peluncuran Logo Kampus Merdeka (Slide 1).....	54
Gambar 4.3.3 Peluncuran Logo Kampus Merdeka (Slide 2).....	54
Gambar 4.4.30 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 1).....	58
Gambar 4.4.31 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 2).....	58
Gambar 4.4.32 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” (Slide 1).....	60
Gambar 4.4.34 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” (Slide 3).....	62
Gambar 4.4.35 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 4).....	63
Gambar 4.4.36 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 5).....	64
Gambar 4.4.37 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 6).....	65
Gambar 4.4.38 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 7).....	67
Gambar 4.4.39 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 1).....	68
Gambar 4.4.40 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 2).....	69
Gambar 4.4.41 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 3).....	70
Gambar 4.4.42 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 4).....	71
Gambar 4.4.43 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 5).....	72
Gambar 4.4.44 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 6).....	73

Gambar 4.4.45 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 1).....	74
Gambar 4.4.46 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 2).....	75
Gambar 4.4.47 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 3).....	76
Gambar 4.4.48 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 4).....	77
Gambar 4.4.49 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 1).....	79
Gambar 4.4.50 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 2).....	80
Gambar 4.4.51 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 3).....	81
Gambar 4.4.52 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 4).....	82
Gambar 4.4.53 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 1)..	83
Gambar 4.4.54 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 2)..	84
Gambar 4.4.55 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 3)..	85
Gambar 4.4.56 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 4)..	86
Gambar 4.4.57 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 5)..	87
Gambar 4.4.58 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 6)..	88
Gambar 4.4.1 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 1).....	89
Gambar 4.4.2 Peluncuran logo Kampus Merdeka (Slide 2).....	90
Gambar 4.4.3 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 1)	94
Gambar 4.4.4 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 2)	95
Gambar 4.4.5 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 3)	97
Gambar 4.4.6 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 4)	99
Gambar 4.4.7 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 5)....	101
Gambar 4.4.8 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 6)....	102
Gambar 4.4.9 Delapan Bentuk Kegiatan Pembelajaran “Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi” Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (Slide 7)....	104
Gambar 4.4.10 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 1)...	107
Gambar 4.4.11 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 2)...	109
Gambar 4.4.12 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 3)...	111
Gambar 4.4.13 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 4)...	113

Gambar 4.4.14 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 5)...	114
Gambar 4.4.15 Implementasi Kampus Merdeka Pada Perguruan Tinggi (Slide 6)...	115
Gambar 4.4.16 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 1).....	118
Gambar 4.4.17 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 2).....	119
Gambar 4.4.18 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 3).....	120
Gambar 4.4.19 Ulas Singkat Tentang PTN-BH Yuk! (Slide 4).....	121
Gambar 4.4.20 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 1).....	123
Gambar 4.4.21 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 2).....	124
Gambar 4.4.22 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 3).....	125
Gambar 4.4.23 PK-KM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) (Slide 4).....	126
Gambar 4.4.24 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 1)	129
Gambar 4.4.25 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 2)	130
Gambar 4.4.26 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 3)	131
Gambar 4.4.27 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 4)	132
Gambar 4.4.28 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 5)	134
Gambar 4.4.29 Pembukaan Program Studi Baru untuk S1, S2, dan S3 (Slide 6)	135

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	144
LAMPIRAN B.....	147
LAMPIRAN C.....	159
LAMPIRAN D.....	163
LAMPIRAN E.....	164
LAMPIRAN F.....	165