

BAB II

SEJARAH PERKEMBANGAN PROMOSI UNIVERSITAS DIPONEGORO,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki oleh Universitas Diponegoro. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Diponegoro didirikan pada tanggal 1 Maret 1968 berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Diponegoro No. 01/SK/PT.09/1968. Pendirian FISIP merupakan bagian dari upaya Universitas Diponegoro dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang sosial dan politik seiring kebutuhan bangsa terhadap sumber daya manusia yang unggul dalam bidang tersebut.

Pada awal berdirinya, FISIP hanya memiliki satu program studi, yaitu Ilmu Administrasi Negara. Seiring berjalannya waktu, fakultas ini mengalami perkembangan pesat baik dari segi jumlah program studi, kualitas akademik, maupun fasilitas penunjang pendidikan.

Universitas Diponegoro pertama kali didirikan pada tahun 1956 dengan nama Universitas Semarang. Kemudian, pada tahun 1960, namanya resmi berubah menjadi Universitas Diponegoro. Pada masa awal pendiriannya, karena masih tergolong baru dan memiliki keterbatasan dalam hal sarana pendidikan, universitas ini hanya mampu membuka tiga fakultas awal, yaitu Akademi Administrasi Negara dengan dekan pertama Mr. Goenawan Goetomo, Akademi Tata Niaga yang dipimpin oleh Drs. Tjioe Sien Kiong sebagai dekan pertama, serta Akademi Teknik

yang kemudian berkembang menjadi fakultas dengan dekan pertama Prof. Ir. Soemarman. (undip.ac.id/)

Pada peringatan Dies Natalis yang ketiga, tepatnya pada 9 Januari 1960, Presiden Ir. Soekarno menetapkan perubahan nama Universitas Semarang menjadi Universitas Diponegoro serta menjadikannya sebagai universitas negeri, sebagai bentuk penghargaan atas peran universitas tersebut dalam pengembangan pendidikan tinggi di Jawa Tengah. Perubahan status dan nama ini kemudian disahkan secara resmi melalui Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 1961 serta Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Pengajaran, dan Kebudayaan No. 101247/UU tertanggal 3 Desember 1960. Sementara itu, tanggal 15 Oktober 1957 ditetapkan sebagai hari jadi (Dies Natalis) Universitas Diponegoro, merujuk pada peristiwa “pertempuran lima hari” di Semarang, yang menjadi simbol perjuangan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa di masa kemerdekaan.

Sejak diresmikan sebagai universitas negeri, Universitas Diponegoro terus mengalami perkembangan dengan menambah fakultas-fakultas baru guna mencetak lulusan berkualitas. Dalam kurun waktu sembilan tahun, yakni antara tahun 1961 hingga 1970, Undip berhasil mendirikan empat fakultas, yaitu Fakultas Kedokteran, Fakultas Peternakan, Fakultas Sastra, serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selain itu, Undip juga membentuk dua lembaga penting, yaitu Lembaga Penelitian dan Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat. Seiring waktu, Undip terus memperluas jangkauannya dengan membuka program-program Diploma III dan IV, serta mendirikan fakultas-fakultas lainnya sesuai dengan kebutuhan zaman.

Salah satu pencapaian membanggakan Universitas Diponegoro adalah pendirian Program Pascasarjana pada tahun 1994, yang kemudian diikuti dengan pembukaan berbagai program Strata 2 (S2) dan Strata 3 (S3). Pencapaian ini mencerminkan perkembangan universitas dari sisi kuantitatif. Di sisi lain, dari segi kualitas, Undip juga menunjukkan kemajuan signifikan, terbukti dengan perolehan peringkat kedua dalam penilaian oleh BAN-PT, dengan rincian akreditasi: A sebesar 54,84%, B sebesar 35,48%, dan C sebesar 3,22%. Ini menunjukkan bahwa perkembangan Undip tidak hanya terlihat dari aspek fisik, tetapi juga dari peningkatan mutu akademiknya. Selain itu, majalah *Asia Week* edisi 3 April 1999 menempatkan Universitas Diponegoro sebagai universitas terbaik ketiga di Indonesia dalam kategori “The Best Universities in Asia 1999,” setelah Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Universitas Indonesia (UI).

Sejak awal berdirinya pada tahun 1960-an hingga 1980-an, Universitas Diponegoro (UNDIP) mempromosikan diri melalui cara-cara konvensional, seperti jaringan personal, kegiatan akademik, dan rekomendasi alumni. Informasi tentang UNDIP disebarluaskan melalui brosur, papan pengumuman, serta kegiatan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah menengah atas (SMA). Pada masa ini, keterbatasan teknologi membuat media komunikasi bersifat satu arah dan terbatas. Memasuki era 1990-an hingga awal 2000-an, UNDIP mulai menggunakan media cetak seperti koran, majalah pendidikan, pamflet, dan spanduk sebagai sarana promosi. Kegiatan promosi juga diperluas melalui keikutsertaan dalam pameran pendidikan dan bazar kampus di berbagai kota besar. Strategi ini memperkuat citra UNDIP sebagai salah satu perguruan tinggi negeri terkemuka di Jawa Tengah.

Memasuki era digital awal pada 2000-an hingga 2010-an, UNDIP mulai memanfaatkan website resmi sebagai pusat informasi jalur masuk, profil program studi, dan capaian prestasi. Selain itu, UNDIP turut aktif dalam forum pendidikan daring dan mailing list. Penggunaan materi promosi digital seperti brosur PDF juga mulai diterapkan. Sejak tahun 2010-an, UNDIP semakin aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, hingga TikTok (@undip.official dan @comm_undip) sebagai bagian dari strategi komunikasi digital yang lebih luas dan interaktif. Melalui media ini, informasi seputar program studi, fasilitas kampus, kegiatan mahasiswa, hingga testimoni alumni disampaikan secara kreatif dan menarik. UNDIP juga menggunakan iklan digital berbayar (digital ads) untuk menjangkau calon mahasiswa dalam skala nasional.

Dalam beberapa tahun terakhir, UNDIP semakin mengedepankan strategi promosi berbasis prestasi dan kolaborasi. Hal ini dilakukan dengan mempublikasikan capaian akademik dan non-akademik mahasiswa dan dosen, peningkatan akreditasi program studi maupun institusi, serta menjalin kerja sama dengan berbagai instansi dalam dan luar negeri. UNDIP juga rutin mengadakan open house virtual dan webinar kampus yang ditujukan bagi siswa SMA dan orang tua. Secara keseluruhan, promosi Universitas Diponegoro telah mengalami perkembangan signifikan, dari metode tradisional menjadi pendekatan digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku media generasi muda calon mahasiswa.

Persepsi merupakan proses kognitif individu dalam menangkap, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap rangsangan yang diterima dari lingkungan. Menurut Robbins (2006), persepsi adalah proses di mana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan rangsangan untuk membentuk gambaran yang bermakna.

Dalam konteks pendidikan, persepsi calon mahasiswa terbentuk dari informasi yang diterima, pengalaman pribadi, pendapat orang lain, serta citra lembaga. Persepsi terhadap program studi memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan niat seseorang untuk mengambil keputusan pendidikan, termasuk minat untuk mendaftar sebagai mahasiswa. Dalam konteks ini, persepsi yang positif terhadap suatu program studi dapat memperkuat kepercayaan calon mahasiswa akan kualitas dan prospek yang ditawarkan oleh program tersebut.

Secara teoritis, menurut teori Stimulus-Organism-Response (SOR), persepsi berfungsi sebagai tahapan “organism” yang mengolah informasi (stimulus) sebelum menghasilkan respons berupa perilaku atau tindakan. Dalam penelitian ini, informasi mengenai program studi menjadi stimulus, persepsi calon mahasiswa menjadi proses internal (organism), dan minat untuk mendaftar menjadi bentuk respon.

Jika calon mahasiswa memiliki persepsi yang positif—misalnya melihat program studi sebagai berkualitas, memiliki fasilitas lengkap, dosen kompeten, prospek kerja menjanjikan, dan reputasi baik—maka kemungkinan besar mereka akan menunjukkan minat yang tinggi untuk mendaftar. Sebaliknya, persepsi yang

negatif dapat menurunkan keinginan mereka untuk bergabung, meskipun terpaan informasi cukup tinggi.

Oleh karena itu, persepsi berperan sebagai mediasi kognitif dan afektif yang menghubungkan antara pengalaman terhadap informasi dan keputusan perilaku. Dalam penelitian ini, persepsi tidak hanya menjadi variabel independen, melainkan juga faktor penentu utama dalam pembentukan minat mendaftar calon mahasiswa.