



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
TELEMARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENDAFTARAN CALON MAHASISWA PADA UNIVERSITAS
MERCU BUANA CABANG MENTENG PERIODE BULAN
JUNI – JULI 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**RIKA AULIA CAHYANI
44322010043**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
TELEMARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENDAFTARAN CALON MAHASISWA PADA UNIVERSITAS
MERCU BUANA CABANG MENTENG PERIODE BULAN
JUNI – JULI 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**RIKA AULIA CAHYANI
44322010043**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rika Aulia Cahyani
NIM : 44322010043
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Telemarketing Dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftaran Calon Mahasiswa Pada Universitas Mercu Buana Cabang Menteng Periode Bulan Juni-Juli 2025” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 9 Februari 2026


Rika Aulia Cahyani

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rika Aulia Cahyani
NIM : 44322010043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Dengan judul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Telemarketing Dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftaran Calon Mahasiswa Pada Universitas Mercu Buana Cabang Menteng Periode Bulan Juni – Juli 2025” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 15%

Jakarta, 24 Februari 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rika Aulia Cahyani

NIM : 44322010043

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Telemarketing Dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftaran Calon Mahasiswa Pada Universitas Mercu Buana Cabang Menteng Periode Bulan Juni – Juli 2025

Telah berhasil dipertahankan pada sidang pada tanggal 11 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom)

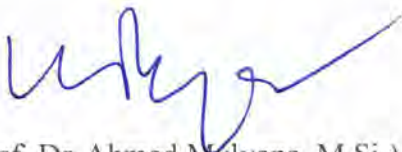
NIDN: 0313037302

Jakarta, 19 Februari 2025

Mengetahui,

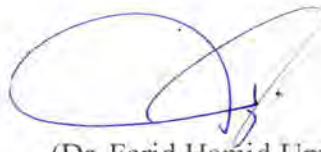
Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN : 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana *Advertising and Marketing Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh dedikasi telah membimbing, memberikan ilmu, saran serta semangat dan motivasi kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga sehingga peneliti dapat berkembang secara akademis maupun pribadi. Dan juga yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun luar perkuliahan.
6. Seluruh *key* informan dan informan dalam penelitian ini Ibu Silvia Aprilyanti Rachman, S.E., M.I.Kom., Noviana, S.Ikom., M.I.Kom., Sugandi Prayoga, S.E., Nuraini Zhauzani Zahra, S.Pd., Elsa Damayanti,

- S.Ikom., Muhamad Rizki, S.E., Amelia Rosa Juita, Dhea Putri Aulia, Nazah Syeira Azibah Jasiana, Rahma Suci Rianissa, dan Andi Ashrafillah Killang.
7. Kedua orang tercinta, Bapak Madyani dan Ibu Nani Handayani, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan keyakinan tanpa henti kepada penulis, di setiap proses yang penulis lalui, baik dalam keadaan lelah, ragu, maupun hampir menyerah, orang tua selalu hadir dengan kata-kata penguat dan kepercayaan bahwa penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Dukungan yang diberikan tidak hanya dalam bentuk materi, tetapi juga perhatian, kesabaran, dan keikhlasan yang menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis. Berkat doa dan keyakinan orang tua, penulis dapat terus melangkah hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
 8. Saudari-saudari terkasih, Kaka Febby Ayu, Keysha Restu, dan Chika Putri yang selalu memberikan doa, dukungan moral, semangat, perhatian selama proses penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, serta kepedulian yang diberikan menjadi penguat bagi penulis di saat merasa lelah dan membutuhkan dukungan. Kehadiran saudara-saudari menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
 9. Untuk seseorang, Anis Haidar yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Yang telah mendoakan, memberi semangat bahkan saat penulis merasa lelah dan ragu dalam mengerjakan penelitian ini, memberikan keyakinan, memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, materi maupun moril. Telah menjadi rumah tempat berkeluh kesah, menjadi pendengar yang baik bahkan disaat penulis merasa tidak punya siapa siapa dan menyaksikan setiap tangisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
 10. Sahabat saya, Unik Bunga Diva yang selalu hadir dengan ketulusan, kesabaran dan dukungan tanpa pamrih selama proses penyusunan skripsi ini. Di saat penulis merasa lelah, ragu, dan kehilangan semangat, kehadirannya menjadi tempat berbagi cerita, pendengar, serta penguat agar

penulis terus melangkah. Kehadiran dan dukungan menjadi sumber semangat yang sangat berarti hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

11. Untuk teman seperjuangan, Samuel Mulya Chandra, yang telah berbagi cerita, perjuangan, dan proses bersama sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kebersamaan dalam menghadapi tantangan, saling menyemangati di saat lelah, serta dukungan yang diberikan menjadi kenangan dan pengalaman berharga bagi penulis. Kehadirannya memberikan kekuatan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan masa studi ini dengan baik.
12. Untuk teman perkuliahan, Falsa Syina, Jihan Alfika, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, saling membantu, serta setia menemani peneliti dalam setiap proses, tantangan, dan pertanyaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan penelitian ini.
13. Untuk teman-teman tersayang, Fadli Ardianysah dan Muhammad Riski Thalataf, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang peneliti sejak masa sekolah. Meski kini melangkah pada jalan yang berbeda, dukungan, semangat, dan keyakinan yang kalian berikan tetap hadir sebagai pengingat bagi peneliti untuk terus percaya, bertumbuh, dan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.
14. Untuk rekan kerja yang telah menjadi sahabat, Az-Zahra Ananda Putri, Amelia Rosa Juita dan Davina Azzahra, yang telah membantu, menemani, memberikan semangat, arahan, dan juga selalu mendengarkan keluh kesah penulis serta meyakinkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Untuk seseorang yang tidak bisa saya sebut namanya, terima kasih karena telah diam-diam mendoakan, meyakinkan, dan membuat penulis kembali percaya pada kemampuan dalam diri sendiri. Dukungan yang mungkin tidak selalu terlihat itu justru menjadi kekuatan besar yang membantu penulis terus melangkah, bangkit dari keraguan, dan berani menghadapi setiap proses dengan lebih percaya diri.

16. Serta terima kasih kepada lagu-lagu Taylor Swift yang sudah menemani mengerjakan skripsi saya serta telah membuat lirik yang maknanya begitu menginspirasi khususnya *“And it’s fine to fake it ‘til you make it, ‘til you do, ‘til it’s true”* dan *“Cause there were pages turned with the bridges burned, everything you lose is a step you take, let’s take the moment and taste it, you’ve got no reason to be afraid. You’re on your own kid, yeah you can face this”*
17. Terima kasih penulis sampaikan kepada diri sendiri, yang telah menjadi bahu yang kuat untuk bersandar di setiap proses yang dijalani selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Di tengah berbagai tekanan, kelelahan, dan keraguan, penulis mampu bertahan, bangkit, dan terus melangkah meskipun tidak selalu mudah. Kesabaran, keteguhan, dan keberanian untuk tidak menyerah menjadi kekuatan utama hingga penelitian ini dapat terselesaikan. Proses ini menjadi pengingat bahwa menghargai diri sendiri dan percaya pada kemampuan diri merupakan bagian penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan.

Terakhir, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi bagi peneliti berikutnya maupun sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi. Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 9 Februari 2026

Rika Aulia Cahyani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rika Aulia Cahyani
NIM : 44322010043
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Telemarketing
Dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftaran Calon Mahasiswa Pada Universitas
Mercu Buana Cabang Menteng Periode Bulan Juni – Juli 2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Februari 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text '10000' in large red numbers, 'METERAI TEMPEL' in red, and a unique alphanumeric code 'BE343ANX265811338' at the bottom.

(Rika Aulia Cahyani)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas komunikasi pemasaran melalui telemarketing dalam meningkatkan penerimaan mahasiswa baru di Universitas Mercu Buana Cabang Menteng. Fokus penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah aktivitas komunikasi pemasaran melalui telemarketing yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi, serta peningkatan penerimaan mahasiswa baru sebagai hasil dari penerapan aktivitas tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian berjumlah 11 orang yang terdiri dari pihak manajemen, tim promosi, staf marketing, *customer service officer* (CSO), staf telemarketing, serta mahasiswa yang berhasil masuk melalui proses telemarketing. Penentuan informan berdasarkan kriteria penelitian, yaitu individu yang terlibat langsung dan memiliki pemahaman terhadap aktivitas telemarketing dalam penerimaan mahasiswa baru. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis inetarktif Miles dan Huberman, yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa telemarketing berperan efektif sebagai media komunikasi pemasaran langsung dalam memberikan informasi yang jelas, membangun hubungan personal, serta meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa terhadap institusi. Keberhasilan aktivitas telemarketing didukung oleh perencanaan pesan yang terstruktur, koordinasi antarbagian, penggunaan *database* calon mahasiswa, serta kemampuan komunikasi persuasif staf telemarketing. Selain itu, komunikasi dua arah yang responsif dan tindak lanjut (*follow-up*) yang berkelanjutan turut memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk mendaftar. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui telemarketing yang direncanakan dan dijalankan secara sistematis mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penerimaan mahasiswa baru di Univeristas Mercu Buana Cabang Menteng.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Telemarketing, Penerimaan Mahasiswa Baru, Strategi Komunikasi.

ABSTRACT

This study aims to analyze marketing communication activities through telemarketing in increase new student enrollment at Mercu Buana University, Menteng campus. Research focus in this study are market communication activities through telemarketing, which include communication planning, implementation, and evaluation, as well the increase in new student enrollment as a result of these activities. This research employs a qualitative approach using a descriptive method. The research subjects consist of 11 informants, including management representatives, the promotion team, marketing staff, customer service officers (CSO), telemarketing staff, and student who were successfully enrolled through the telemarketing process. The selection of informants was based on research criteria, namely individuals who were directly involved and had an understanding of telemarketing activities in the new student admission process. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, and documentation. The data analysis method used in this study is the interactive analysis model proposed by Miles and Huberman, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that telemarketing activities play an effective role as a direct marketing communication medium in providing clear information, building personal relationships, and increasing prospective students' trust in the institution. The success of telemarketing activities is supported by structured message planning, coordination among departments, the use of prospective student databases, and the persuasive communication skill of telemarketing staff. In addition, responsive two-way communication and continuous follow-up activities influence prospective students' decisions to enroll. Based on these findings, it can be concluded that marketing communication activities through telemarketing, when systematically planned and implemented, contribute positively to the increase in new student enrollment at Mercu Buana University, Menteng Campus.

Keyword : Marketing Communication, Telemarketing, New Student Enrollment, Communication Strategy.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoretis	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.2 Integrated Marketing Communication	23
2.2.3 Bauran Promosi.....	26

2.2.4	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	28
2.2.5	Calon Mahasiswa	37
2.2.6	Pendidikan Tinggi atau Universitas	38
BAB III		40
METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Paradigma Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.3	Subjek Penelitian.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Primer	49
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Teknik Analisa Data	50
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1	Profil Universitas Mercu Buana.....	56
4.1.2	Logo Universitas	57
4.1.3	Struktur Organisasi.....	58
4.1.4	Visi dan Misi Universitas	58
4.1.5	Gambaran Aktivitas Penerimaan Mahasiswa Baru	58
4.1.6	Profil Narasumber	59
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Latar Belakang Penggunaan Telemarketing di Universitas Mercu Buana Cabang Menteng	63
4.2.2	Proses Aktivitas Komunikasi Telemarketing di Universitas Mercu Buana Cabang Menteng	66
4.2.3	Bentuk Pesan dan Cara Penyampaian Pesan Telemarketing di Universitas Mercu Buana Cabang Menteng	70
4.2.4	Interaksi dan Komunikasi Dua Arah antara Telemarketer dan Calon Mahasiswa.....	73

4.2.5	Peran Telemarketing dalam Membangun Kepercayaan dan Keyakinan Calon Mahasiswa	78
4.2.6	Hambatan dalam Aktivitas Telemarketing	81
4.2.7	Upaya Mengatasi Hambatan dalam Aktivitas Telemarketing	85
4.3	Pembahasan	90
BAB V		101
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran	102
5.2.1	Saran Akademis	103
5.2.2	Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN 1		107
LAMPIRAN 2		113
LAMPIRAN 3		177
LAMPIRAN 4		180
LAMPIRAN 5		182



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Mercu Buana University: Statistic 2025.....	6
Gambar 2. 1 What Is The Role of Direct Marketing In Integrated Marketing Communication?	27
Gambar 4. 1 Logo Universitas.....	57
Gambar 4. 2 Sturktur organisasi	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pedoman Wawancara	107
Lampiran 2. 1 Transkrip Wawancara.....	113
Lampiran 3. 1 Persetujuan Wawancara	179
Lampiran 4. 1 Curriculum Vitae.....	181
Lampiran 5. 1 Turnitin	182

