



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KURIKULUM DOUBLE DEGREE UNIVERSITAS
SWISS GERMAN BSD – TANGERANG DALAM
MENINGKATKAN MINAT CALON MAHASISWA**

TESIS

Oleh

Nama : Rebeyca Indriani

NIM : 55210120056

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2014**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur di panjatkan kepada ALLAH SWT yang selalu memberikan jalan kemudahan dan kelancaran dalam proses penulisan tesis yang peneliti buat dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Swiss German BSD – City Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi program studi *Corporate Marketing Communication* Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Setelah melakukan penelitian ini, dapat penulis cermati bahwa strategi yang dilakukan oleh Marketing (Bagian Pemasaran) dalam bidang pendidikan perguruan tinggi Universitas Swiss German berkurikulum *Double Degree* (gelar ganda) memiliki strategi *Integrated Marketing Communications* yakni melalui *Avertising* (periklanan), *Public Relations* (hubungan masyarakat), *Direct Selling* untuk meningkatkan minat calon mahasiswa serta membentuk citra positif Universitas Swiss German di mata khalayak.

Dalam penulisan tesis ini peneliti banyak mendapatkan dukungan dari banyak pihak yang selalu mendukung peneliti tanpa henti agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, oleh karena hal tersebut peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus sedalam – dalamnya kepada:

1. Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si
2. Prof. Dr. Neni Yulianita, M.Si dan Ibu Emilia Bassar, M.Si sebagai dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan tesis, yang selalu memberikan banyak

ilmu yang bermanfaat serta dukungan moril kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat.

3. Bapak Juwono Tri, M.Si selaku penguji di sidang proposal tesis, memberikan tambahan ilmu dan mengarahkan penulis untuk lebih fokus dipenelitian ini.
4. Bapak Warso yang selalu mendukung dan memberikan informasi kepada penulis dalam kegiatan administrasi untuk penyelesaian tesis ini.
5. Para dosen Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menimba ilmu dikampus tercinta ini.
6. Orangtua tersayang dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
7. Bapak Edward Boris Manurung selaku *Vice Rector* Universitas Swiss German dan Bapak Arief Radiant Nasution selaku *Director* HR&GA yang telah memberikan izinnya kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian tesis tentang kegiatan strategi komunikasi pemasaran di Universitas Swiss German, beserta seluruh staff dan mahasiswa Universitas Swiss German yang telah membantu, mendukung dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjadi nara sumber di penelitian ini.
8. Teman – teman seperjuangan semasa kuliah di program pascasarjana Universitas Mercu Buana serta pihak lain yang sudah banyak membantu memberikan motivasi dan dukungan moril selama proses penyelesaian tesis ini.

Dengan segala kerendahan hati akhir kata penulis sampaikan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan informasi dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran perguruan tinggi swasta berkurikulum *double degree*, penulis sangat sadari dengan keterbatasan yang penulis miliki maka penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan hati yang terbuka penulis

menerima segala kritik dan saran membangun untuk meningkatkan kapasitas penulis dikemudian hari.

Penulis,

Rebeyca Indriani



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

JUDUL DEPAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	
1.3.2 Tujuan Penelitian	
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	
1.4.2 Kegunaan Praktis	
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Pemikiran (Theoretical Frame)	11
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.2.2 <i>Promotion Mix / Marketing Communication Mix</i>	16

	(Bauran Promosi/ Bauran Komunikasi Pemasaran)	
2.2.3	Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	17
2.2.4	Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa	21
2.2.5	Elemen Komunikasi Pemasaran	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian / Pengkajian Akademis	33
3.2	Paradigma Penelitian	34
3.3	Metode Penelitian	35
3.4	Key Informan	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.1.1	Profil Universitas Swiss German	39
4.1.2	Visi dan Misi Universitas Swiss German	40
4.1.3	Struktur Organisasi Universitas Swiss German	41
4.1.4	Tugas <i>Directorate Marketing Communications</i>	42
4.2	Hasil Penelitian	
4.2.1	Produk Perguruan Tinggi Swasta Berkurikulum <i>Double Degree</i>	43
4.2.2	Kegiatan Promosi Universitas Swiss German	48

4.2.3	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	50
4.2.4	Periklanan (<i>Advertising</i>) Universitas Swiss German	53
4.2.5	<i>Direct Marketing</i>	55
4.2.6	Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi <i>Marketing</i> dan <i>Public Relations</i>	58
	Universitas Swiss German dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa	
4.3	Pembahasan	60
4.3.1	Tugas <i>Marketing & Public Relations</i> Dalam Membuat Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Universitas Swiss German	61
4.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Swiss German	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1	Perguruan Tinggi Swasta Berkurikulum <i>Double Degree</i>	2
2.1	Penelitian Terdahulu	12
2.4	Promotion Mix (Bauran Promosi)	17
4.1	Jumlah Penerimaan Mahasiswa Universitas Swiss German	45
4.7	Kegiatan Bauran Promosi Universitas Swiss German	57



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

2.2	Strategi Produk	15
2.3	Model Komunikasi Pemasaran	15
2.4	Bauran Sarana Promosi Yang Dipandu Secara Cermat	18
2.5	Strategi Mendorong vs Strategi Menarik	22
2.6	Alur Pemikiran Penelitian	32
4.2	Kegiatan Promosi ”Lomba <i>Stand Up Comedy</i> ”	49
4.3	Kegiatan CSR Pengecekan Kesehatan Tekanan Darah Gratis di Puskesmas Serpong 1 (10 Juli 2013)	51
4.4	Kegiatan <i>Press Release</i> antara USG dengan <i>Boca Junior Football Schools</i>	53
4.5	Iklan Universitas Swiss German di Majalah <i>Go Girl</i> April 2013	54
4.6	Kegiatan Direct Marketing Pameran Pendidikan Di SMA Regina Pacis Bogor, 12 Oktober 2012	56
4.7	Kegiatan Pameran Alumni Universitas Swiss German	63



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PERNYATAAN

Nama : Rebeyca Indriani
NIM : 55210120056
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Swiss
German BSD – Tangerang dalam Meningkatkan Minat
Calon Mahasiswa
Tanggal : Jakarta, 12 Juli 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juli 2014



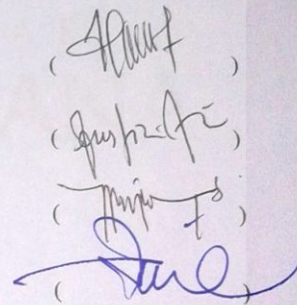
Rebeyca Indriani

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG TESIS

1. Nama : Rebeyca Indriani
2. NIM : 55210120056
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Swiss
German BSD – Tangerang dalam Meningkatkan Minat
Calon Mahasiswa

Jakarta, 12 Juli 2014
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa.M.Si
2. Penguji Ahli:
Dr. Prima Mulyasari.M.Si
3. Pembimbing I
Prof. Dr. Neni Yulianita.M.Si
4. Pembimbing II
Emilia Bassar.M.Si





UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KURIKULUM
DOUBLE DEGREE UNIVERSITAS SWISS GERMAN BSD –
TANGERANG DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON
MAHASISWA
2. Nama : Rebeyca Indriani
3. NIM : 55210120056
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 12 Juli 2014

Jakarta, 12 Juli 2014
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

Prof. Dr. Neni Yulianita, M.Si

Pembimbing II

Emilia Bassar, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi

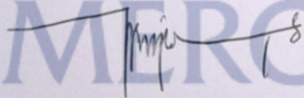
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Rebeyca Indriani
2. NIM : 55210120056
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KURIKULUM *DOUBLE DEGREE* UNIVERSITAS
SWISS GERMAN BSD – TANGERANG DALAM
MENINGKATKAN MINAT CALON MAHASISWA

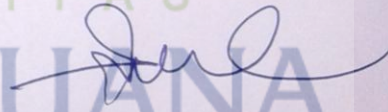
Jakarta, 8 Juni 2014

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Neni Yulianita, M.Si

Pembimbing II



Emilia Bassar, M.Si

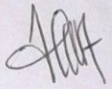
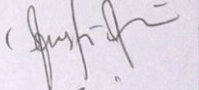
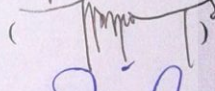
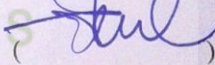
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

1. Nama : Rebeyca Indriani
2. NIM : 55210120056
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Kurikulum
Double Degree Universitas Swiss German
BSD – Tangerang dalam Meningkatkan Minat
Calon Mahasiswa

Jakarta, 12 Juli 2014

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa.M.Si
2. Penguji Ahli:
Dr. Prima Mulyasari.M.Si
3. Pembimbing I
Prof. Dr. Neni Yulianita, M.Si
4. Pembimbing II
Emilia Bassar.M.Si

()
()
()
()