



**STRATEGI PROMOSI PROGRAM INTERNASIONALISASI
UNIVERSITAS INDONESIA DALAM MENCAPAI
“WORLD CLASS UNIVERSITY” TAHUN 2010**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Disusun oleh :

MISDIARTI

44306110003

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PROGRAM
INTERNASIONALISASI UNIVERSITAS INDONESIA
DALAM MENCAPAI “WORLD CLASS UNIVERSITY”
TAHUN 2010

Nama : Misdiarti

NIM : 44306110003

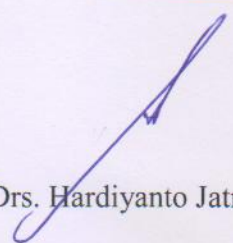
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 2012

Mengetahui,

Pembimbing



(Drs. Hardiyanto Jatmiko M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PROGRAM
INTERNASIONALISASI UNIVERSITAS INDONESIA
DALAM MENCAPAI “WORLD CLASS UNIVERSITY”
TAHUN 2010

Nama : Misdiarti

NIM : 44306110003

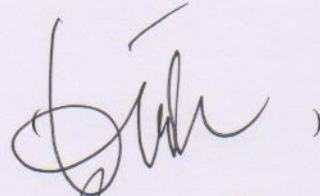
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 15 Maret 2012

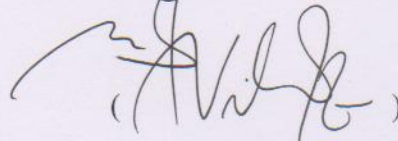
1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si



2. Penguji Ahli

Nama : SM. Niken Restaty



3. Pembimbing

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko M.Si



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PROGRAM
INTERNASIONALISASI UNIVERSITAS INDONESIA
DALAM MENCAPAI "WORLD CLASS UNIVERSITY"
TAHUN 2010

Nama : Misdiarti

NIM : 44306110003

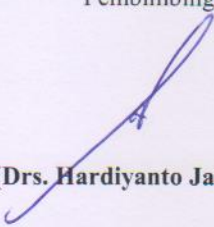
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Maret 2012

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

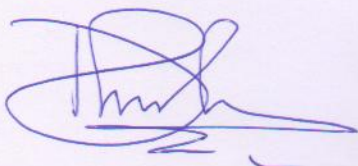


(Drs. Hardiyanto Jatmiko M.Si.)

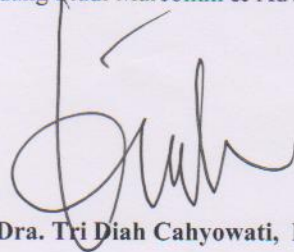
Mengetahui

Dekan Fakultas Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Promosi Program Internasionalisasi Universitas Indonesia Dalam Mencapai World Class University Tahun 2010.”

Terwujudnya proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada .:

1. Yth. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko M.Si selaku Pembimbing utama yang telah menyediakan waktu selama proses pengajuan judul sampai dengan selesainya pembuatan proposal skripsi ini.
2. Yth. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Ketua Program Studi Marcomm & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Yth Ibu SM Niken Restaty selaku dosen yang telah menyediakan waktu untuk menjadi penguji ahli dalam sidang skripsi
4. Rizky Reymon S.Sos dari RenBang, Mba Orin dari Internasional Office, Mba Ida, Mba Jona dan Bapak Prof. Dr I Ketut Surajaya, MA sebagai PLH Kepala Kantor Komunikasi yang bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini
5. Yth. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Mercu Buana yang telah banyak membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Staff Tata Usaha, sekretariat PKK, dan staff perpustakaan
7. Terima kasih kepada Ibuku tersayang, suamiku tercinta Dax Ranald Arhugita

Sinjal dan anakku tercinta Ivanna Orilois Andromeda Sinjal yang telah memberikan dukungan moril dan materil selama masa pengerjaan skripsi ini.

8. Terima kasih kepada Bapak Agus Suryadi, Fifi Susanti, dan Murni Larasati yang telah memberikan dukungan dan keringanan waktu kerja sehingga peneliti bisa fokus pada penelitian ini.
9. Terima kasih kepada Rico Lionardi, Agung Muliawan yang senantiasa menemani peneliti mengerjakan skripsi dan memberikan semangat serta masukan-masukan agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Terima kasih kepada seluruh angkatan 09, seluruh staff Mercu Buana, dan seluruh orang yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu disini.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan dari Tuhan yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Jakarta, Desember 2011

Penulis,

(Misdiarti)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Signifikasi Penelitian	5
1.4.1 Signifikasi Keilmuan.....	5
1.4.2 Signifikasi Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Ruang Lingkup Pemasaran	7
2.1.3 Marketing Mix	9
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.3 Promosi	15
2.3.1 Pengertian Promosi	15

2.3.2 Tujuan Promosi	16
2.4 Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	17
2.4.1 Pemasaran Jasa	17
2.4.2 Pengertian Jasa	18
2.4.3 Karakteristik Jasa	19
2.4.4 Klasifikasi Jasa	20
2.4.5 Bauran Pemasaran Jasa	22
2.5 Strategi Promosi Institusi Pendidikan	35
2.5.1 Ukuran Pasar	36
2.5.2 Segmentasi Pasar	38
2.6 Globalisasi & Internationalisasi	39
2.7 World Class University	42
2.6.1 THE, QS, & Webometric	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	56
3.2 Metode Penelitian	56
3.3 Definisi Konsep	57
3.4 Fokus Penelitian	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Teknik Analisa Data	60
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Universitas Indonesia	62

4.1.1	Sejarah Universitas Indonesia	62
4.1.2	Lokasi Universitas Indonesia	65
4.1.3	Prestasi Universitas Indonesia	66
4.2	Tujuan Pemasaran Universitas Indonesia	67
4.3	Tujuan Komunikasi Periklanan Universitas Indonesia	69
4.4	Media Promosi Universitas Indonesia	71
4.5	Program Internasionalisasi Universitas Indonesia	82
4.6	Strategi Promosi Program Internasionalisasi UI	84
4.7	Target Promosi Program Internasionalisasi UI	88
4.8	Ahli Pengetahuan Internasional	93
4.8.1	Kerja Sama Industri.....	94
4.8.2	Kerja Sama Dengan Pemerintah Daerah	94
4.9	Prestasi Internasional Mahasiswa UI	95
4.9.1	Akademik.....	95
4.9.2	Seni dan Olah Raga	97
4.10	Peringkat UI berdasarkan QS dan Star Rating	97
4.11	Peringkat Universitas Indonesia.....	103
4.12	Strategi Universitas Indonesia	106
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		