



STRATEGI PERIKLANAN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
DALAM Mendapatkan MAHASISWA BARU  
TAHUN AKADEMIK 2010 - 2011

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1)  
Ilmu Komunikasi

|               |                                       |
|---------------|---------------------------------------|
|               | Disusun Oleh:                         |
| Nama          | : Margaretha Dwi Hastuti              |
| Nim           | : 44305120012                         |
| Program Studi | : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan |

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2010

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : *Strategi Periklanan Universitas Multiimedia Nusantara Dalam Mendapatkan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2010 - 2011*

Nama : Margaretha Dwi Hastuti

NIM : 44305120012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Mengetahui,

Pembimbing materi

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si.)

## TANDA LULUS SKRIPSI

Nama : Margaretha Dwi Hastuti  
NIM : 44305120012  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Skripsi : *Strategi Periklanan Universitas Multimedia Nusantara Dalam Mendapatkan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2010 - 2011*

Jakarta, 30 Januari 2010

(Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M, Comm.)

Ketua Sidang

(SM. Niken Restati, S.Sos., M.Si.)

Penguji Ahli

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si.)

Pembimbing Materi



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

## PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Margaretha Dwi Hastuti  
NIM : 44305120012  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Periklanan Universitas Multimedia Nusantara Dalam  
Mendapatkan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2010 - 2011

Jakarta, Februari 2010

Disetujui dan diterima oleh :  
Pembimbing

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si. )

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si.)

The greatest education in the world is  
watching the masters at work

~ Michael J. Jackson ~

Sepenuh hati kuperssembahkan kepada semua orang yang kucintai,  
yang kubanggakan dan yang kukagumi...

Terima kasih atas semua cinta dan teladan...

Awal tahun 2010,

~Retha~

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus atas segala rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada tahun ini.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat – syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Berbagai kendala silih berganti, namun berbagai pihak telah banyak membantu penulis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan baik moral maupun spiritual dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si., atas kesabarannya dalam membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Antonius Suyadi dan Ibu Indah Retna Ning Tyas, kedua orang tua penulis yang selama ini selalu mendoakan, mendukung dan menyemangati penulis baik secara moril maupun materil.
3. Monica Elisabeth dan Emanuel Triamojo, kakak dan adik dari penulis.
4. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Iwan Setyawan Dani selaku Marketing Manager Universitas Multimedia Nusantara.
6. Bapak Jefry Kusuma Jaya selaku staf kreatif periklanan Divisi Marketing Universitas Multimedia Nusantara.
7. Ibu Endang Widyastuti selaku Staf Marketing Universitas Multimedia Nusantara.

8. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
9. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana angkatan VIII.
10. Michael J. Jackson yang setia menemani, memberi inspirasi dan semangat selama proses penulisan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap skripsi ini akan berguna bagi penelitian yang akan datang.

Jakarta, Januari 2010

Penulis



## DAFTAR ISI

|                                          |             |
|------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>               | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b> | <b>ii</b>   |
| <b>TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>SALAM .....</b>                       | <b>v</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN .....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>               | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>              | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>                   | <b>xiii</b> |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang Masalah ..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah.....         | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....      | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....     | 8 |
| a. Manfaat Akademis .....         | 8 |
| b. Manfaat Praktis .....          | 8 |

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Periklanan Sebagai Bagian Dari Komunikasi Pemasaran Terpadu ..... | 9  |
| 2.1.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu .....                   | 9  |
| 2.1.2. Elemen Komunikasi Pemasaran Terpadu .....                       | 11 |
| 2.2. Pengertian Iklan dan Prinsip – prinsip Iklan.....                 | 21 |
| 2.2.1. Pengertian Iklan .....                                          | 21 |
| 2.2.2. Prinsip – Prinsip Iklan.....                                    | 23 |
| 2.3. Strategi Periklanan .....                                         | 25 |
| 2.3.1. Menetapkan Tujuan .....                                         | 25 |
| 2.3.2. Memformulasi Anggaran.....                                      | 31 |
| 2.3.3. Menciptakan Pesan – Pesan Iklan.....                            | 31 |
| 2.3.3.1. Langkah - langkah dan Strategi Penciptaan Pesan Iklan.....    | 32 |
| 2.3.3.2. Strategi Penyampaian Pesan .....                              | 34 |
| 2.3.3.3. Daya Tarik Pesan Iklan.....                                   | 35 |
| 2.3.3.4. Bentuk Kreatif Periklanan.....                                | 37 |
| 2.3.4. Menyeleksi media atau alat komunikasi iklan .....               | 40 |
| 2.4. Industri Pendidikan .....                                         | 42 |
| 2.4.1. Karakter Perguruan Tinggi Bermutu .....                         | 45 |
| 2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan .....                           | 47 |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 3.1. Sifat Penelitian .....       | 52 |
| 3.2. Metode Penelitian .....      | 53 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan data..... | 53 |
| 3.3.1. Data Primer .....          | 53 |
| 3.3.2. Data Sekunder .....        | 53 |
| 3.4. Narasumber .....             | 54 |
| 3.5. Definisi Konsep .....        | 54 |
| 3.6. Fokus Penelitian.....        | 55 |
| 3.7. Analisa Data.....            | 56 |

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Universitas Multimedia Nusantara .....                                           | 57 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Universitas Multimedia Nusantara.....                            | 57 |
| 4.1.2. Visi Misi, Logo dan Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara ..... | 58 |
| 4.1.3. Ciri Khas Universitas Multimedia Nusantara .....                               | 62 |
| 4.1.4. Sarana dan Fasilitas.....                                                      | 63 |
| 4.1.5. Program Studi Yang Ditawarkan .....                                            | 64 |
| 4.2. Hasil Penelitian .....                                                           | 65 |
| 4.2.1. Analisis Situasi.....                                                          | 65 |
| 4.2.2. Segmentasi, Targeting, Positioning .....                                       | 69 |
| 4.2.3. Strategi Periklanan Universitas Multimedia Nusantara .....                     | 70 |
| 4.2.3.1. Penetapan Tujuan Periklanan.....                                             | 70 |
| 4.2.3.2. Formulasi Anggaran.....                                                      | 72 |
| 4.2.3.3. Menciptakan Pesan – Pesan Iklan.....                                         | 73 |
| 4.2.3.4. Menyeleksi Media Atau Alat Komunikasi Iklan.....                             | 79 |
| 4.3. Pembahasan.....                                                                  | 83 |

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan ..... | 89 |
| 5.2. Saran .....      | 91 |

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **CURRICULUM VITAE**

## DAFTAR TABEL

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Webomatric Ranking 2009 ..... | 3 |
|-------------------------------|---|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

Lampiran 3 : Wawancara

Lampiran 4 : Contoh – contoh Iklan

Lampiran 5 : Curriculum Vitae