



ABSTRACT

Mohamad Nuh. 55206120054

The Effect of Stikom Interstudi's Advertisement in Newspapers and Radio on the Behaviors of Choosing a University

(Survey of Stikom Interstudi Students Jakarta)

xv + 124 pages + 25 References + 7 Appendices

The main issue in this research is "How Stikom Interstudi advertisement placed in newspapers and radio affect the behavior in choosing a university". This is marked by the enthusiasm of Stikom Interstudi to place advertisement in newspapers and radio amidst the heavy competition among universities, consequently a marketing strategy is needed, as an effect to influence the behavior of potential students to choose the right university.

The purpose of this research is to assess how Stikom Interstudi advertisement in newspapers and radio can affect influence behavior in choosing the right university. Whilst the communication theory tested in this research is "uses and gratifications" theory by Elihu Katz.

The method used in this research is survey method with a research population consisted of Stikom Interstudi students batch 2007 in Jakarta. The technic used in collecting samples is according to percentage technic of 50% of the population. While the data analysis is done quantitatively with regression analysis testing.

The survey result shows that advertisement in newspapers affect on behavior in choosing is 0,150 and the affect of advertisement on radio towards choosing behavior is 0,184. The three variables which are advertisement in newspaper, radio and behavior of choosing, has a significant affect which means that the test result in general shows that Stikom Interstudi advertisement is proven to be effective in influencing the behavior of choosing a university.

ABSTRAK

Mohamad Nuh. 55206120054

Pengaruh Iklan Stikom Interstudi di Surat kabar dan Radio

Terhadap Perilaku memilih Perguruan Tinggi.

(Survey pada Mahasiswa STIKOM Interstudi Jakarta)

xv + 124 halaman + 25 kepustakaan + 7 lampiran

Latar belakang masalah penelitian ini adalah “Seberapa besar iklan Stikom Interstudi di surat kabar dan radio dapat mempengaruhi perilaku memilih perguruan tinggi” Hal ini ditandai dengan gencarnya pemasangan iklan Stikom Interstudi di media surat kabar dan radio ditengah persaingan yang ketat antar perguruan tinggi, sehingga diperlukan suatu strategi pemasaran, sebagai upaya untuk mempengaruhi perilaku calon mahasiswa dalam sebuah proses keputusan memilih perguruan tinggi yang akan dimasuki.

Tujuan dilakukannya penelitian ini, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Stikom Interstudi di surat kabar dapat mempengaruhi perilaku memilih perguruan tinggi serta untuk mengetahui pengaruh iklan Stikom Interstudi di radio terhadap perilaku memilih perguruan tinggi. Sedangkan teori atau model komunikasi yang di uji dalam penelitian adalah teori *uses and gratifications* dari Elihu Katz.

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode survey, dengan populasi penelitian adalah mahasiswa Stikom Interstudi angkatan tahun 2007 di Jakarta. Teknik pengambilan sampel ditetapkan dengan teknik persentase sebesar 50% dari populasi. Sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan analisis *regresi* kemudian dilanjutkan pengujian analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan di surat kabar berpengaruh terhadap perilaku memilih sebesar 0,150 dan pengaruh iklan di radio terhadap perilaku memilih sebesar 0,184. Ketiga variabel yaitu iklan di surat kabar, radio dan perilaku memilih, memiliki pengaruh yang signifikan serta model hubungan yang terbentuk pada model cukup baik. artinya hasil pengujian menunjukkan secara keseluruhan iklan STIKOM Interstudi terbukti berpengaruh terhadap perilaku memilih perguruan tinggi.

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Pengaruh Iklan STIKOM Interstudi di Surat Kabar dan Radio Terhadap Perilaku Memilih Perguruan Tinggi**

Nama : Mohamad Nuh

NIM : 55206120054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Tanggal : 20 Januari 2009

Mengesahkan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Ir. Dana Santoso, M.Eng, PhD

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Andy Corry, M.Si

Heri Budiarto, S.Sos, M.Si

PERNYATAAN

Judul : **Pengaruh Iklan STIKOM Interstudi di Surat Kabar dan Radio Terhadap Perilaku Memilih Perguruan Tinggi**

Nama : Mohamad Nuh

NIM : 55206120054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Tanggal : 20 Januari 2009

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.

Jakarta, 20 Januari 2009

Mohamad Nuh

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : **Pengaruh Iklan STIKOM Interstudi di Surat Kabar dan Radio Terhadap Perilaku Memilih Perguruan Tinggi**

Nama : Mohamad Nuh

NIM : 55206120054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Jakarta, 20 Januari 2009

Dra. Diah Whardani, M.Si (Ketua Sidang) (.....)

Dr. Umaimah Wahid, M.Si (Penguji/Penelaah) (.....)

Dr. Andy Corry, M.Si (Pembimbing Utama) (.....)

Heri Budianto, S.Sos, M.Si (Pembimbing Kedua) (.....)

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

Judul : **Pengaruh Iklan STIKOM Interstudi di Surat Kabar dan Radio Terhadap Perilaku Memilih Perguruan Tinggi**

Nama : Mohamad Nuh

NIM : 55206120054

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Jakarta, 20 Januari 2009

Dra. Diah Whardani, M.Si (Ketua Sidang) (.....)

Dr. Umaimah Wahid, M.Si (Penguji/Penelaah) (.....)

Dr. Andy Corry, M.Si (Pembimbing Utama) (.....)

Heri Budianto, S.Sos, M.Si (Pembimbing Kedua) (.....)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *alamin*, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga tesis ini dapat terselesaikan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Magister pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini berjudul “Pengaruh iklan STIKOM Interstudi di surat kabar dan radio terhadap perilaku memilih perguruan tinggi” (survey pada mahasiswa STIKOM Interstudi Jakarta). Penulis menyadari, penulisan tesis ini telah diusahakan sebaik mungkin, namun tesis ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Terwujudnya tesis ini, merupakan hasil kerjasama dari berbagai pihak, untuk itu dengan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada;

1. Bapak Dr. Andy Corry, M.Si, selaku dosen pembimbing-I, yang telah memberikan pemahaman, kesempatan, waktu dan masukan-masukan yang sangat berguna.
2. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai dosen pembimbing-II, yang sangat banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, memberikan pengarahan dan motivasi.
3. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng, PhD, selaku Ketua Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Toto Ariyanto.S, M.Si, selaku Direktur Interstudi, yang telah memberikan dorongan moril dan materiil, meberikan kesempatan pada penulis untuk mengikuti Program Magister Ilmu Komunikasi.

5. Ibuku tercinta yang telah merawat, membesarkan dan selalu mendo'akan penulis.
6. Istri dan anak-anakku tercinta yang begitu sabar memberikan dukungan, toleransi dan do'a.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih, kepada sahabat, teman-teman yang telah membantu dengan tulus kepada penulis, semoga selalu dilindungi dan diberikan rahmat serta hidayah oleh Allah SWT.

Jakarta,2009

Penulis

