



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION* DALAM
MEREKRUT MAHASISWA BARU
(Studi Kasus Universitas Esa Unggul Jakarta)**



TESIS

Oleh :

SAFIANI A. FAAROEK

NIM : 55207120027

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Universitas Mercu Buana

2012



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION* DALAM
MEREKRUT MAHASISWA BARU
(Studi Kasus Universitas Esa Unggul Jakarta)**

TESIS
**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh :

**SAFIANI A. FAAROEK
NIM : 55207120027**

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
Universitas Mercu Buana
2012**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Safiani A Faaroek
NIM : 55207120027
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi *Marketing* Public Relation Dalam
Merekrut Mahasiswa Baru
(Studi Kasus Universitas Esa Unggu Jakarta)

Mengetahui :

Pembimbing I

Pembimbing II

DR. Farid Hamid, M. Si

DR. (Cand) Heri Budianto, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : *Strategi Marketing Public Relation* dalam Merekrut
Mahasiswa Baru (Studi Kasus Universitas Esa
Unggul Jakarta)
Nama : Safiani A Faaroek
NIM : 55207120027
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing Communications
Tanggal : 20 Oktober 2012

Jakarta, November 2012

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana. M.Si (.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa. M.Si (.....)

3. Pembimbing Tesis I
Dr. Farid Hamid, M.Si (.....)

4. Pembimbing Tesis II
Dr.(Cand)Heri Budianto,M.Si. (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : *Strategi Marketing Public Relation Dalam
Merekrut Mahasiswa Baru (Studi Kasus Universitas
Esa Unggul Jakarta)*

Nama : SAFIANI A. FAAROEK

NIM : 55207120027

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Tanggal : 20 Oktober 2012

Jakarta, November 2012

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

1. **Ketua Sidang**
Dr. Ahmad Mulyana.M Si (.....)
2. **Penguji Ahli**
Dr. Henni Gusfa.M Si (.....)
3. **Pembimbing Tesis I**
Dr. Farid Hamid,M.Si (.....)
4. **Pembimbing Tesis II**
Dr.(Cand)Heri Budianto, M.Si (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : *Strategi Marketing Public Relation* Dalam
Merekrut Mahasiswa Baru
(Studi Kasus Universitas Esa Unggul Jakarta)

Nama : SAFIANI A. FAAROEK

NIM : 55207120027

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communications

Tanggal : 20 Oktober 2012

Jakarta, November 2012

Mengesahkan,

Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercubuana

MERCU BUANA

Prof. Dr. Didik J. Rochbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

Pembimbing Tesis I

Pembimbing Tesis II

Dr. Farid Hamid, M.Si.

Dr. (Cand) Heri Budianto, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Komunikasi pada Program Pascasarjana Magister Komunikasi, Universitas Meercu Buana, Jakarta.

Dalam penulisan Tesis ini tentu saja penulis menghadapi banyak kendala, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, serta keterbatasan waktu. Namun berkat bimbingan, bantuan dan dorongan banyak pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas ini.

Pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. DR. Farid Hamid M.Si, selaku ketua Jurusan Magister Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai pembimbing utama atas bimbingan, masukan dan arahnya
2. DR. (Cand) Heri Budianto, S.Sos, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Magister Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai pembimbing kedua atas bimbingan, masukan dan arahnya
3. Bapak Jatmiko, MM, sebagai Direktur Departemen Pemasaran dan Humas, yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk segera menyelesaikan kuliah serta menunjukkan kesabaran yang luar biasa.

4. Rekan-rekan sekerja Departemen Pemasaran dan Humas yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu atas dukungannya atas kelancaran proses penelitian ini.
5. Kedua Orang Tuaku (**Yang Sudah Almarhum**) yang telah memberikan curahan rasa kasih sayang dan doanya sepanjang waktu
6. Kakak-kakaku yang senantiasa selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan kuliah.
7. Sahabat dan saudaraku, Ari as'ari, Sirhan, Bang Candra, Yanti, dan Erna atas motivasinya serta diskusinya.
8. Angkatan IV Magister Ilmu Komunikasi, se hari-hari yang menyenangkan belajar dan diskusi bersama teman-teman, semoga kita bertemu dalam situasi yang sudah berbeda dan lebih sukses. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi penyempurnaan penulisan ini. Semoga penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi *marketing* politik, serta bidang komunikasi pada umumnya.

Jakarta, Oktober 2012

Safiani A. Faaroek

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	vx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.2. Strategi.....	12
2.1.3. Marketing Public Relations (MPR).....	13
2.1.3.1. Public Relations.....	13
2.1.3.2. Konsep Marketing Public Relations.....	15
2.1.3.3. Peran Marketing Public Relations.....	19
2.1.3.4. Hubungan Pemasaran dengan Public Relations.....	21
2.1.4 Strategi Marketing Public Relations.....	26
2.1.5. Strategi Komunikasi.....	31

2.1.6.	Strategi Pemasaran.....	39
2.1.7.	Komunikasi Pemasaran Terpadu(Integrated Marketing).....	46
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	50
BAB III METODE PENELITIAN		51
3.1	Objek Penelitian.....	51
3.2	Paradigma Penelitian	52
3.3	Metode Penelitian	54
3.4.	Teknik Pengumpulan data.....	55
3.5.	Key Informen.....	56
3.6.	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	57
3.7.	Fokus Penelitian.....	58
3.8.	Teknik Analisa Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1.	Sejarah Universitas Esa Unggul.....	61
4.1.2.	Gambaran Marketing PR Unicersitas Esa Unggul	64
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.2.1.	Pass Strategy(Strategi Mempengaruhi).....	68
4.2.2	Push Strategy (Strategi Mendorong).....	75
4.2.3	Pull Strategy (Strategi Menarik).....	78
BA V KESIMPULAN		91
5.1.	Kesimpulan.....	91
5.2.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		95