

Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Public Relations
Fauzan Isril
44217010051

ABSTRAK

Pengaruh Program *Marketing Public Relations* Terhadap Minat Mendaftar Kuliah di Universitas Mercu Buana Jakarta (Survei terhadap SMA Yadika 5 Joglo)
Bibliografi: 5 Bab 163 hal + Lampiran + 39 buku + 13 + 5 Data Website

Public Relations dalam sebuah perusahaan sangat berperan penting untuk membangun komunikasi kepada lingkungan internal dan eksternal. Sebuah perusahaan membangun komunikasi kepada publiknya melalui berbagai cara untuk terciptanya dampak positif pada perusahaan seperti, menggunakan program marketing public relations. Program marketing public relations merupakan hal penting yang ada pada perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana pengaruh program marketing public relations terhadap minat mendaftar kuliah di Universitas Mercu Buana pada siswa-siswi khususnya di SMA Yadika 5 Joglo.

Pendekatan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan three ways strategy dari Thomas L. Harris menjelaskan tentang penggabungan strategi marketing dengan public relations, dan teori AIDDA yang menjelaskan komunikasi yang efektif tentang bagaimana cara komunikator berusaha untuk membangkitkan kesadaran hingga menimbulkan sebuah tindakan dari komunikan.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif survei dengan format eksplanatif, populasi pada penelitian ini adalah Siswa-siswi SMA Yadika 5 Joglo 86 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara program marketing public relations terhadap minat mendaftar kuliah di Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya pada SMA Yadika 5 Joglo. Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai R square sebesar 0,398. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa program marketing public relations berpengaruh terhadap minat mendaftar kuliah di Universitas Mercu Buana khususnya pada SMA Yadika 5 Joglo sebesar 39,8%.

Kata kunci: Program Marketing Public Relations, Minat.



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Public Relations
Fauzan Isril
44217010051

ABSTRACT

Effect of Marketing Public Relations Program on Interest in Enrolling in University of Mercu Buana Jakarta (Survey at SMA Yadika 5 Joglo)

Bibliography: 5 Chapter 163 pages + Attachments + 39 books + 13 Journals + 5 Website Data

Public Relations in a company plays an important role to build communication to the internal and external environment. A company builds communication to the public through various ways to create a positive impact on the company such as, using a public relations marketing program. Marketing public relations program is an important thing that exists in the company. The purpose of this research is to find out and explain the extent of the influence of public relations marketing programs on enrolling at Mercu Buana University on students, especially at Sma Yadika 5 Joglo.

The concept approach used in this study is to use a three ways strategy from Thomas L. Haris explains the merger of marketing strategies with public relations, and aida theory that explains effective communication on how communicators try to raise awareness to give rise to an act of communion.

This research method is quantitative survey with explanative format, the population in this study is Yadika 5 Joglo High School Students 86 respondents. Data collection techniques use survey methods by disseminating questionnaires.

The results of this study showed that there is an influence between public relations marketing programs on enrolling in college at Mercu Buana University Jakarta, especially at SMA Yadika 5 Joglo. Based on the regression test that has been conducted, obtained the value of R square of 0.398. Thus, it can be concluded that the marketing public relations program affects minat enrolling in mercu buana university, especially at SMA Yadika 5 Joglo by 39.8%.

Keywords: *Marketing Public Relations program, Interest.*