



**PERANAN *WEB SITE* UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
SEBAGAI WAHANA PROMOSI**

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
Mintocaroko  
55211110029  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**



**PERANAN *WEB SITE* UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
SEBAGAI WAHANA PROMOSI**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Komunikasi

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Mintocaroko  
55211110029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI



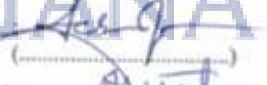

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Peran *Website* Universitas Mercu Buana Jakarta  
Sebagai Wahana Promosi  
Nama : Mintocaroko  
NIM : 55211110029  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Marketing Komunikasi  
Tanggal : 6 April 2015

Jakarta, 6 April 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Heni Gusfa, M.Si
3. Pembimbing 1  
Dr. Achmad Jamil, M.Si
4. Pembimbing 2  
Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

:   
:   
:   
: 



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama : Mintocaroko  
NIM : 55211110029  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Marketing Komunikasi  
Judul : Peran *Website* Universitas Mercu Buana Jakarta  
Sebagai Wahana Promosi

Jakarta, 26 Februari 2015

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing 1  
  
Dr. Achmad Jamil, M.Si

Pembimbing 2  
  
Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

## BERITA ACARA PENELITIAN-LAPANGAN

Pada hari ini Sabtu tanggal 9 Mei 2015 kami menerangkan bahwa mahasiswa Program MKOM – Universitas Mercu Buana :

N.L.M. : 55211110029  
Nama Lengkap : Mintocaroko  
Konsentrasi : Marketing Komunikasi  
Judul Karya Akhir : Peranan *Website* Universitas Mercu Buana Jakarta Sebagai Wahana Promosi

Alamat rumah : Jl Olahraga VII No:12 RT/RW 11/08, Slipi  
Kemanggisian Jakarta Barat  
No Tlp : 0856 1600 171

Telah melaksanakan penelitian dan pengumpulan data dan informasi pada perusahaan kami dengan sebaik-baiknya pada :

Tanggal mulai : 24 Nopember 2014  
Lama penelitian : 2 bulan  
Tanggal akhir : 22 Januari 2015

Demikian berita acara ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ka. Biro Sekretariat Universitas & Humas  
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS  
Irmulan Sati Tomohardjo, SH.,M.Si

Mengetahui  
**MERCU BUANA**

Pembimbing 1

Dr. Achmad Jamil, M.Si

Pembimbing 2

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si



UNIVERSITAS MERCUBUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Mintocaroko  
NIM : 55211110029  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Marketing Komunikasi  
Judul : Peran *Website* Universitas Mercu Buana Jakarta  
Sebagai Wahana Promosi  
Tanggal : 25 April 2015

Pembimbing 1

Dr. Achmad Jamil, M.Si

Pembimbing 2

Jiwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

MERCUBUANA

Direktur Pascasarjana Studi

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

**Pernyataan Keaslian / Orisinilitas Tesis**

**PERNYATAAN**

Judul : Peran *Website* Universitas Mercu Buana Jakarta  
Sebagai Wahana Promosi

Nama : Mintocaroko

NIM : 55211110029

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Komunikasi

Tanggal : 25 April 2015

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 25 April 2015



METERAI  
TEMPEL  
Rp. 6.000

Mintocaroko

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas berkat izin dan ridho-Nya penulis dapat melanjutkan studi dan cita-cita penulis hingga dapat menyelesaikan studi di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul “Peranan Komunikasi Visual Berbasis *Web Site* Universitas Mercu Buana Jakarta Sebagai Wahana Promosi” Shalawat dan salam dicurahkan kepada Junjungan Rasulullah Muhammad SAW, seorang pemimpin besar dunia yang kepemimpinannya tidak akan pernah hilang hingga akhir zaman, seorang teladan bagi umat manusia, yang perjuangannya harus penulis lanjutkan.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi setinggi-tingginya kepada :

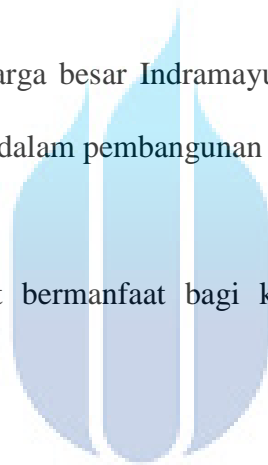
1. Almarhumah Ibunda Tercinta yang selalu memberi inspirasi penulis untuk terus berkarya.
2. Keluarga Besar Suminto, S.E, M.SM. dan Papingan Yogyakarta yang tidak bosan memberikan fasilitas dan doa kepada penulis.
3. Bapak Dr. Achmad Jamil, M. Si sebagai dosen pembimbing 1 yang sangat membantu dan memudahkan penulis selama penulisan tesis ini.
4. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos ,M.Si sebagai dosen pembimbing 2 yang selalu memberi semangat penulis dan berbagi ilmu kepada penulis selama penulisan tesis ini.
5. Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si yang tak pernah lelah memberi wejangan dan sesajen-sesajen indah untuk penulis agar terus membuka mata.
6. Bapak Yudhi, Ak., Msi., CA dan Bapak Dr. Handri Mulya., M.Is selalu membekali penulis untuk menyapa sinar pagi.



7. Bapak Ir. Heri Agung Prabowo, M.Sc dan seluruh staf Biro Promosi Universitas Mercu Buana Jakarta yang banyak membantu penulis dalam penyusunan tesis ini
8. Ibu Irmulan Sati Tomohardjo, SH, M.Si dan staf Biro Sekretariat Universitas dan HUMAS Universitas Mercu Buana Jakarta yang banyak memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Bapak Arief Rifai Dwinanto, S.Kom dan staf Pusat Pengembangan Solusi Sistem Informasi Universitas Mercu Buana. Jakarta dengan ikhlas membuka data guna mendukung penelitian ini.
10. Keluarga Besar Dr. Hariadi Himawan, M. Sc yang memberi home base untuk penulis.
11. Keluarga Besar HUMAS : Mba Aning,Mba Yuni,Mba Novi,Om Mawi,Om Aulia,Om mefi,Om ibeng,Om Boy,Om Jay,Citra,Novi,Mba Johana,Mba Lila,Mba Rika Marketing,Om Indra Biro kreatif,Mutia,Uzi,Mas Jumangat,Mas Novida,Bang Hendra,Mas Wisnu.
12. Rully Yose, S.Sn, M. Ikom, dan Keluarga Besarnya selalu menyediakan tempat untuk penulis melepas penat.
13. Rekan-rekan yang tak berhenti memberi semangat kepada penulis: Om Yudi “tak bewok lagi”,Om Beno, Om Agung, mas Arief,Opa Boni dan Bu Ifa (Warung Komunikasi), Om Sigit “nyam-nyam”, Om Boy,Bang Ifie,Mba Hani,Kang Asep, ,Tante Tina “teng-teng blues”,Bu Rita,Pakde Yusril,Pak Ato dan keluarga. om Indra “BI”,om Risky “Alur” , Om Nana “BN”.Tante Nungki. serta rekan-rekan kuliah seperjuangan di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
14. Segenap staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Jakarta yang tidak putus-putusnya memberikan semangat kepada penulis

15. Segenap staf pengajar di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dimana tempat penulis menjalankan perkuliahan.
16. Seluruh staf administrasi di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
17. Seluruh teman dan rekan sekerja yang turut membantu penulis sehingga terselesaikannya tesis ini.
18. Keluarga Besar Ilusi dan *Orange Media* memberi kesempatan penulis dalam berkarya dan berbagi ilmu.
19. Ruang Komunikasi dan keluarga besar Indramayu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis ikut berkarya dalam pembangunan desa berbasis media.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kalangan akademik, praktisi maupun khalayak umum.



Jakarta, 26 Februari 2015  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mintocaroko

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
JUDUL TESIS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR BAGAN .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikasi Penelitian.....	8
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Peran Komunikasi .....	13
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	15
2.4 Promosi.....	24
2.4.1 Definisi Promosi .....	24
2.4.2 Tujuan Promosi.....	25
2.4.3 Promosi Media Online .....	29
2.5 Komunikasi Visual .....	33
2.6. New Media .....	46
2.6.1 Konvergensi Media dan Interaktivitas .....	48
2.7. Media Baru Komunikasi Visual .....	51

2.8	Website Sebagai Media Promosi .....	54
2.8.1	Manfaat Media <i>Website</i> .....	57
2.8.2	Daya Tarik <i>Website</i> .....	60
2.8.3	Elemen Media <i>Website</i> .....	64
2.8.4	Macam-macam desain <i>Website</i> .....	75
2.9	Audiens .....	77
2.9.1	Konsep Audiens .....	77
2.9.2	Audiens dan Konvergensi .....	79
2.9.3	Audiens dan Interaktivitas .....	81
2.10	Teori Model Decoding Enconding .....	81
2.11	Kerangka Pemikiran .....	85
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Obyek Penelitian .....	87
3.2	Paradigma Penelitian.....	87
3.3	Metode Penelitian.....	91
3.4	Key Informan .....	92
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6	Teknik Analisa Data.....	94
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Profil Universitas Mercu Buana Jakarta.....	96
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Universitas Mercu Buana Jakarta.....	96
4.1.2	Visi dan Misi.....	98
4.1.3	Sarana Fasilitas Perkuliahan .....	99
4.1.4	Unit Pemasaran Universitas Mercu Buana. Jakarta..	103
4.2	Hasil Penelitian.....	109
4.2.1	<i>Website</i> Sebagai Media Promosi .....	109
4.2.2	Peran <i>Web</i> sebagai Media Promosi.....	112
4.2.3	Peran Web sebagai Informasi Publik.....	115

4.2.4	Daya Tarik Komunikasi Visual dalam <i>Website</i> .....	119
4.3	Pembahasan .....	150
4.3.1	Web sebagai Media Konvergensi .....	150
	150	
4.3.2	Web sebagai Media Interaktif.....	156
4.3.3	Proses <i>Decoding Encoding</i> dalam Promosi Dan Informasi Publik.....	159
4.3.4	Respon <i>stakeholder</i> terhadap <i>Website</i> Universitas Mecu Buana Jakarta.....	165

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	173
3.2	Saran.....	174

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR BAGAN

	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Bagan 2.2 Proses Konsep Promosi .....	19
Bagan 2.3 Sketma Elemen Bauran Promosi .....	31
Bagan 2.4 Karakter Bentuk.....	69
Bagan 2.5 Karakter Warna.....	72
Bagan 2.6 Model <i>Layout Top Index</i> .....	75
Bagan 2.7 Model <i>Layout Bottom Index</i> .....	76
Bagan 2.8 Model <i>Layout Left Index</i> .....	76
Bagan 2.9 Model <i>Layout Split</i> .....	76
Bagan 2.10 Model <i>Layout Alternating Index</i> .....	77
Bagan 2.11 Kerangka Pemikiran .....	86
Bagan 4.1 Fakultas, Program Studi dan Konsentrasi di Universitas Mercu Buana. Jakarta .....	97

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1 Ruang Perkuliahan Universitas Mercu Buana Jakarta .....	100
Gambar 4.2 Masjid Manarul Amal Universitas Mercu Buana Jakarta .....	102
Gambar 4.3 Lapangan Olah Raga di Universitas Mercu Buana Jakarta.....	103
Gambar 4.4 Suasana Persentasi saat Open House Universitas Mercu Buana Jakarta.....	106
Gambar 4.5 Suasana Stand <i>Education Fair</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	106
Gambar 4.6 Tampilan Website Universitas Mercu Buana Jakarta .....	108
Gambar 4.7 Header dan elemen bentuk dan elemen warna Website Universitas Mercu Buana Jakarta.....	122
Gambar 4.8 Header website Universitas Mercu Buana Jakarta.....	122
Gambar 4.9 Antar muka ( <i>Interface</i> ) Website Universitas Mercu Buana Jakarta.....	123
Gambar 4.10 Sketsa wireframe-1 halaman profile kedua <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	126
Gambar 4.11 Sketsa / <i>wireframe</i> -2 halaman profile kedua <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta .....	127
Gambar 4.12 Sketsa / <i>wireframe</i> -3 halaman profile kedua <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	128
Gambar 4.13 Halaman profile kedua <i>Website</i> Universitas Mercu Buana	

	Jakarta.....	129
Gambar 4.14	Sketsa / <i>wireframe</i> -1 halaman profile ke tiga <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	132
Gambar 4.15	Sketsa / <i>wireframe</i> -2 halaman profile ke tiga <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	133
Gambar 4.16	Halaman profile tiga <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	134
Gambar 4.17	Sketsa / <i>wireframe</i> 1 halaman profile keempat <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	135
Gambar 4.18	Sketsa / <i>wireframe</i> -2 halaman profile keempat <i>Website</i> Universitas Mercu Buana .....	135
Gambar 4.19	Halaman profile keempat <i>website</i> Universitas Mercu Buana .....	137
Gambar 4.20	Sketsa / <i>wireframe</i> -1 halaman profile ke lima <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	138
Gambar 4.21	Sketsa / <i>wireframe</i> -2 halaman profile ke lima <i>Website</i> Universitas Mercu Buana. Jakarta.....	140
Gambar 4.22	Halaman profile ke-lima <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	141
Gambar 4.23	Sketsa / <i>wireframe</i> -1 halaman profile ke enam <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	142
Gambar 4.24	Sketsa / <i>wireframe</i> -2 halaman profile ke-enam <i>Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	143
Gambar 4.25	Halaman profile ke-enam <i>Website</i> Universitas Mercu	



	<i>Buana Jakarta</i> .....	145
Gambar 4.26	Tampilan antar muka ( <i>Interface Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	166
Gambar 4.27	Tampilan antar muka ( <i>Interface Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	167
Gambar 4.28	Tampilan antar muka ( <i>Interface Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	167
Gambar 4.29	Tampilan antar muka ( <i>Interface Website</i> Universitas Mercu Buana Jakarta.....	168
Gambar 4.30	Hasil respon khalayak terhadap media promosi Universitas Mercu Buana Jakarta. 2008-2009 .....	168
Gambar 4.31	Hasil respon khalayak terhadap media promosi Universitas Mercu Buana Jakarta. 2010-2011 .....	169
Gambar 4.32	Hasil respon khalayak terhadap media promosi Universitas Mercu Buana Jakarta. 2012-2013 .....	170
Gambar 4.33	Data Penerimaan Mahasiswa Mercu Buana Jakarta Per-periode Tahun Akademik .....	170
Gambar 4.34	Data Visitor Up Date Desember 2014 <u><a href="http://www.mercubuana.ac.id">www.mercubuana.ac.id</a></u> .....	171
Gambar 4.35	Data respon analisis google <u><a href="http://www.mercubuana.ac.id">www.mercubuana.ac.id</a></u> tahun 2013 .....	172
Gambar 4.36	Data respon analisis google <u><a href="http://www.mercubuana.ac.id">www.mercubuana.ac.id</a></u> tahun 2014.....	172