

**PENGARUH TINGKAT *EXPOSURE* PADA  
AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION*  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TERHADAP MINAT MEMILIH UNIVERSITAS ATMA  
JAYA YOGYAKARTA**

**(Studi Eksplanatif Aktivitas *Marketing Communication* UAJY  
pada siswa SMA Stella Duce 1, SMA Stella Duce 2, SMA  
BOPKRI 1 dan SMA De Britto Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**oleh :**

**FERNANDA ERLIANA SUMADI**

**05 09 02805 / kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Pengaruh tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication*  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta terhadap minat memilih Universitas  
Atma Jaya Yogyakarta  
(studi eksplanatif aktivitas *marketing communication* Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta pada siswa SMA BOPKRI 1, SMA Stella Duce 1, SMA Stella  
Duce 2 dan SMA Kolese De Britto Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

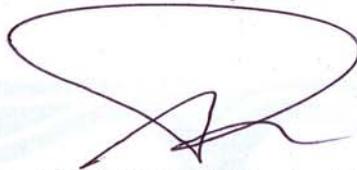
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.Sos pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

FERNANDA ERLIANA SUMADI

No. Mhs : 05 09 02805 / KOM

disetujui oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY terhadap minat memilih UAJY (studi eksplanatif aktivitas *marketing communication* UAJY pada siswa SMA BOPKRI 1, SMA Stella Duce 1, SMA Stella Duce 2 dan SMA Kolese De Britto Yogyakarta)

Penyusun : Fernanda Erliana Sumadi

NIM : 05 09 02805

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Senin, 11 Oktober 2010

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Ruang pendadaran FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

F.Anita Herawati,SIP.,M.Si  
Penguji Utama

Y.Bambang Wiratmojo,S.Sos.,MA  
Penguji I

Drs.Ign.Agus Putranto,M.Si  
Penguji II



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fernanda Erliana Sumadi  
Nomor Mahasiswa : 05 09 02805  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : Pengaruh tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* Universitas Atma Jaya Yogyakarta terhadap minat memilih Universitas Atma Jaya Yogyakarta (studi eksplanatif aktivitas *marketing communication* UAJY pada siswa SMA BOPKR11, SMA Stella Duce 1, SMA Stella Duce 2 dan SMA Kolese De Britto Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 4 Oktober 2010

Saya yang menyatakan,

(Fernanda Erliana Sumadi)

## ABSTRAKSI

Persaingan sektor pendidikan di kalangan perguruan tinggi baik swasta (PTS) maupun negeri (PTN) dalam memperebutkan “pasar” untuk menarik mahasiswa cukup berat. Semakin ketatnya persaingan ini menuntut adanya pengetahuan dan strategi pemasaran yang baik dari seluruh perguruan tinggi untuk menarik calon mahasiswa dari berbagai SMA di Indonesia. Yogyakarta yang dikenal dengan kota pelajar tak luput dengan persaingan. Banyak PTS yang ditutup karena jumlah mahasiswa yang kurang. Lingkungan lembaga pendidikan selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman, maka diperlukan strategi komunikasi dalam hal perencanaan pendidikan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, penyusunan perencanaan, pengawasan, evaluasi, serta perumusan kebijakan yang sangat memerlukan komunikasi sebagai bahan pendukung pada perencanaan pendidikan.

Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) sebagai lembaga pendidikan swasta memiliki aktivitas komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menyaring calon mahasiswa. Untuk menyaring mahasiswa baru, di setiap tahunnya muncul iklan perguruan tinggi swasta di surat kabar, di radio, selebaran cetak, brosur dan spanduk di pinggir jalan serta di kampus. Aktivitas *marketing* yang dilakukan UAJY berupa pameran dan presentasi ke sekolah-sekolah yang telah bekerjasama sebelumnya, selain itu juga ada pemasangan billboard dan beriklan melalui media cetak (KR dan Jawa Pos).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian survei. Ada tiga variabel dalam penelitian ini yaitu variabel pengaruh (tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY), variabel terpengaruh (minat memilih UAJY) dan variabel moderasi (faktor yang dapat menimbulkan minat). Variabel moderasi pada penelitian ini merupakan variabel yang digunakan untuk melihat apakah hubungan antara variabel X dan Y mempunyai efek kontingensi (faktor yang mempengaruhi kuat lemahnya variabel lain). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh antara variabel X dan Y, selain itu juga menggunakan uji interaksi dimana uji ini merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier untuk melihat pengaruh antara variabel X dan Y jika dimoderasikan dengan variabel Z.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih UAJY. Hasil uji interaksi antara variabel tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY dengan variabel faktor yang dapat menimbulkan minat memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier sederhana dan uji interaksi diperoleh kenaikan nilai *r* (koefisien korelasi) yang berarti variabel faktor yang dapat menimbulkan minat memoderasi variabel minat memilih UAJY.

**Kata kunci:** aktivitas *marketing communication*, minat memilih



*“They always say time changes things  
but you actually have to change them  
yourself”*

*(Andi Warhol)*

*Skripsi ini kupersembahkan pada  
Yang tercinta Bapak, Ibu  
Mas Thomas dan Mbak Agnes  
Yang senantiasa memberikan dukungan dan doa*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Tuhan Yesus Kristus atas segala limpahan berkat, rahmat serta karunia hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY terhadap minat memilih UAJY (studi eksplanatif aktivitas *marketing communication* UAJY pada siswa SMA BOPKRI 1, SMA Stella Duce 1, SMA Stella Duce 2 dan SMA Kolese De Britto Yogyakarta)” .

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, informasi serta bimbingan selama proses pengerjaan skripsi ini dari tahap perencanaan hingga tahap penyelesaian. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang senantiasa memberikan jalan dan bimbingan kepada penulis sehingga setiap tahap yang dilalui hingga penulisan skripsi ini selesai dapat berjalan dengan baik dan lancar.
2. **Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos.,MA**, selaku dosen pembimbing, yang selalu bersedia meluangkan waktu serta memberikan bimbingan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak pak dan Tuhan memberkati.
3. **Bapak Drs. Ign.Agus Putranto, M.Si** dan **Ibu F. Anita Herawati, SIP, M.Si**, selaku penguji, terimakasih banyak buat masukannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Yang tercinta dan yang selalu memberikan kasih sayangnya, **Bapak dan Ibu** yang meskipun jauh selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan selalu memberikan motivasi serta iringan doa yang tak pernah putus. Tiada kata lain selain terimakasih banyak
5. My brother, **Mas Thomas** yang selalu tanya “gimana skripsinya” dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi, makasih buat perhatian serta doa tak lupa juga untuk dua jagoan cilikmu **Lumen dan Vito** yang selalu tak kangenin.
6. My sister, **Mbak Agnes** yang selalu tanya “udah sampai mana n gimana bimbingannya”, makasih banyak buat dukungan, perhatian serta doanya.
7. Temen2 **RAMOWDALT BLAZT** yang setia menjadi temanku selama di Jogja, **Ajeng-Sauzant-Mareea-Diday**.....makasih banyak ya buat obrolan-obrolannya dari yang penting sampai ga penting, *support* n maen barengnya “kapan lagi ni bisa maen n menggila bareng” hahahaha...Wah, diday udah duluan ni jadi kita berempat wisuda bareng ya sista,keep fighting!!
8. Makasih buat **Dayce** yang slalu jadi temen ngobrol dari skripsi sampai masalah2 yang ga penting,hahahaha.....ayo kawan kamu pasti bisa menyelesaikan,semangat!!!!!!
9. Teman-temanku:
- **Pandu** - makasih banyak udah mau direpotin buat pinjem buku...hehehe

- **Mbak Bintang** - makasih buat temen ngobrol d kos n temen maen...ayo mbak, semangat!!!!
  - **Yunita** - makasih banyak ya selama di Jogja udah maen bareng n mau jadi temen curhatku.....hehehe, ayo kejar biar wisuda bareng.
  - **Mitha** - makasih buat dukungan n doanya slama ini.
  - **Agnes** - makasih banyak buat masukan, informasi n dukungannya selama skripsi ini. Ayo kita wisuda bareng!!
10. Terimakasih pada **SMA BOPKRI 1, SMA Stella Duce 1, SMA Stella Duce 2 dan SMA Kolese De Britto Yogyakarta** yang sudah bersedia menjadi tempat penelitian hingga proses skripsi ini dapat selesai.
  11. Terimakasih pada **Kantor Kerjasama Promosi (KKP) UAJY** yang sudah bersedia membantu untuk melancarkan skripsi ini.
  12. Buat **Mumun** yang slalu mengantarku selama proses pengerjaan skripsi ini juga buat **Item** yang slalu melancarkan skripsi ini. Makasih karena sudah membantu.
  13. Teman-teman FISIP 2005 yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
  14. Semua pihak yang telah membantu yang belum dapat penulis sebutkan, Terimakasih banyak.

**Penulis**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A Latar Belakang.....	1
B Rumusan Masalah.....	5



C Tujuan Penelitian.....	6
D Manfaat Penelitian.....	6
E Kerangka Teori.....	6
F Kerangka Konsep.....	26
G Hipotesis.....	31
H Definisi Operasional.....	32
I Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Obyek Penelitian.....	37
3. Lokasi Penelitian.....	37
4. Populasi dan Sampel.....	38
5. Metode Pengumpulan Data.....	41
6. Validitas dan Reliabilitas.....	41
7. Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN</b>	<b>45</b>
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49

B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
C. Analisis regresi linier sederhana.....	66
D. Analisis Data.....	71

#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80

Daftar Pustaka

Lampiran



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Bentuk komunikasi dalam <i>marketing communication mix</i>
Tabel 1.2	Total siswa SMA kelas XI
Tabel 1.3	Total Sampel
Tabel 3.1	Uji validitas minat dalam memilih UAJY
Tabel 3.2	Uji validitas faktor yang dapat menimbulkan minat
Tabel 3.3	Pengujian Reliabilitas
Tabel 3.4	Tabel kategori variabel tingkat <i>exposure</i> pada aktivitas <i>marketing communication</i> UAJY
Tabel 3.5	Persentase Tingkat <i>exposure</i> pada aktivitas <i>marketing communication</i> UAJY
Tabel 3.6	Tabel kategori variabel minat memilih UAJY
Tabel 3.7	Persentase minat memilih UAJY
Tabel 3.8	Tabel kategori variabel faktor yang dapat menimbulkan minat
Tabel 3.9	Persentase faktor yang dapat menimbulkan minat
Tabel 3.10	Model Summary variabel tingkat <i>exposure</i> pada aktivitas <i>marketing communication</i> UAJY (X) terhadap minat memilih UAJY (Y)
Tabel 3.11	Tabel koefisien variabel tingkat <i>exposure</i> pada aktivitas <i>marketing communication</i> UAJY (X) terhadap minat memilih UAJY (Y)
Tabel 3.12	Model Summary variabel tingkat <i>exposure</i> pada aktivitas <i>marketing communication</i> UAJY (X) jika dimoderasikan dengan variabel faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat (Z)

Tabel 3.13 Tabel koefisien variabel tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY (X) jika dimoderasikan dengan variabel faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat (Z)



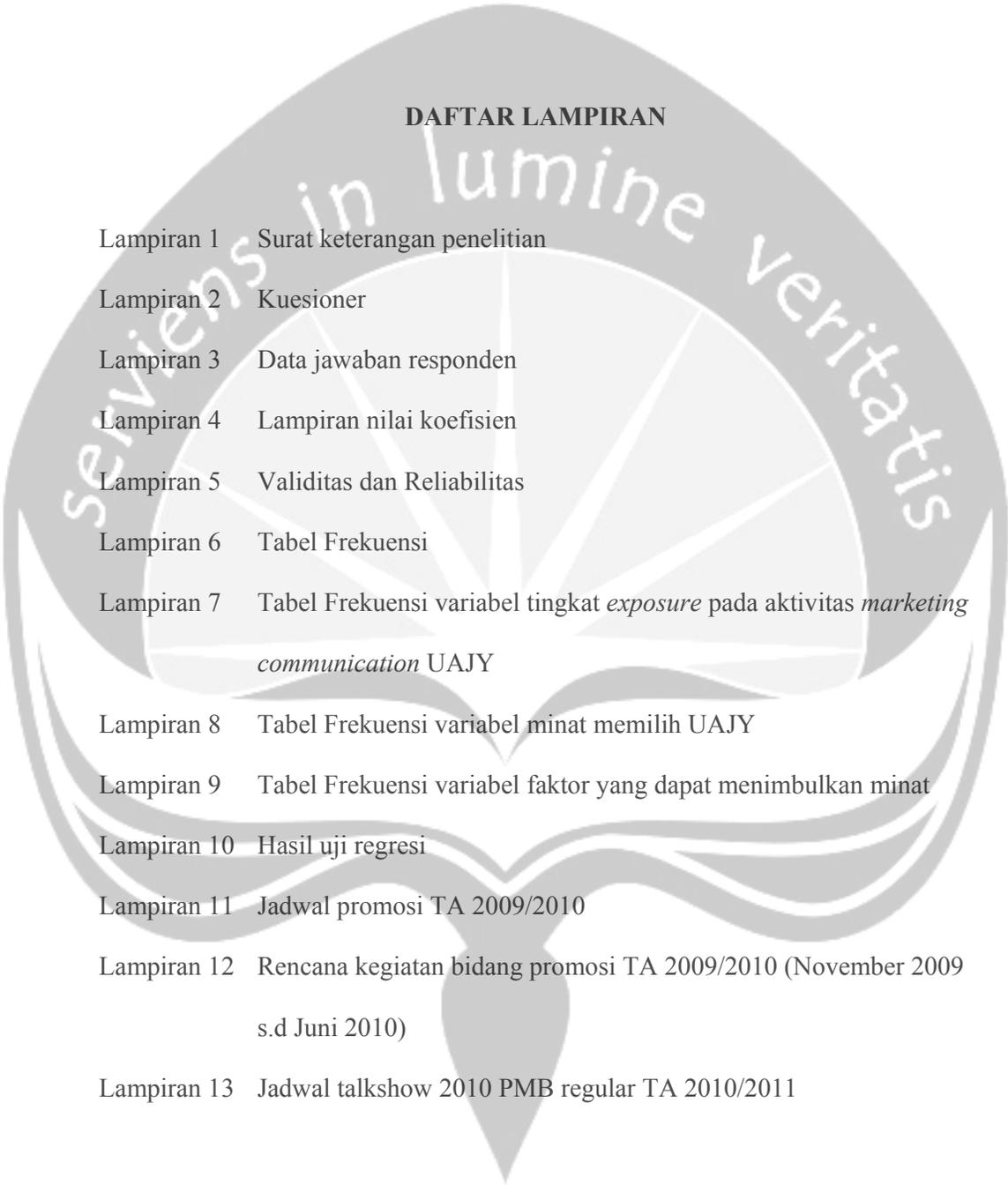
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hirarki Tanggapan

Gambar 1.2 Hubungan antar variabel

Gambar 3.1 Hasil Uji Analisis Data





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat keterangan penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Data jawaban responden
- Lampiran 4 Lampiran nilai koefisien
- Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Tabel Frekuensi
- Lampiran 7 Tabel Frekuensi variabel tingkat *exposure* pada aktivitas *marketing communication* UAJY
- Lampiran 8 Tabel Frekuensi variabel minat memilih UAJY
- Lampiran 9 Tabel Frekuensi variabel faktor yang dapat menimbulkan minat
- Lampiran 10 Hasil uji regresi
- Lampiran 11 Jadwal promosi TA 2009/2010
- Lampiran 12 Rencana kegiatan bidang promosi TA 2009/2010 (November 2009 s.d Juni 2010)
- Lampiran 13 Jadwal talkshow 2010 PMB regular TA 2010/2011