

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN JUMLAH
MAHASISWA BARU DI MASA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun Oleh :

IMANUEL NURWIDASIH AJI UTOMO

160906119 / KOM

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNIVERSITAS ATMA
JAYA YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN JUMLAH
MAHASISWA BARU DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

Imanuel Nur Widasih Aji Utomo

16 09 06119

disetujui oleh :

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam Mempertahankan Jumlah Mahasiswa Baru di Masa Pandemi Covid-19

Penyusun : Imanuel Nurwidasih Aji Utomo

NPM : 160906119

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

Hari / Tanggal : 15 September 2021

Pukul : 13.00

Tempat : Daring via aplikasi Zoom

TIM PENGUJI :

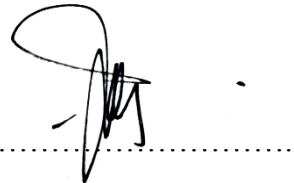
Desideria Cempaka W., S.Sos., MA., Ph.D.

Penguji Utama:



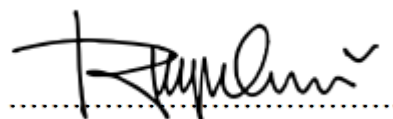
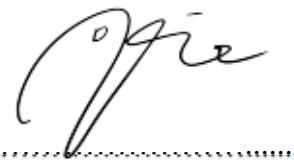
Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, Dra., M.Si

Penguji I :



Ike Devi Sulistyanningtyas, S.Sos., M.Si

Penguji II:



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Imanuel Nur Widasih Aji Utomo
NPM : 160906119
Program Studi : SIIlmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Atma Jaya
Yogyakarta dalam Mempertahankan Jumlah Mahasiswa Baru di
Masa Pandemi COVID - 19

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 hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

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

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

Yogyakarta,
Saya yang menyatakan



Immanuel Nur Widasih Aji Utomo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Immanuel Nurwidasih Aji Utomo

sebagai pengingat bahwa

“Tidak ada yang tidak bisa diraih jika sudah berdoa dan berusaha”

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan moril maupun materil dari orang-orang terkasih. Karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini, terutama kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada saya dari awal hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Slamet Widodo dan Endang Welas Asih, terima kasih terima kasih telah mendidik saya dari 0 sampai bisa menjadi sarjana, terima kasih karena selalu mengasihi saya dalam suka maupun duka dan selalu menyemangati ketika sedang bersedih.
3. Kakak saya Romario Cahyo Pambudi yang selalu mendukung, mengingatkan, dan memotivasi saya untuk segera menyelesaikan studi, dan selalu menjadi kakak yang baik bagi saya.
4. Teruntuk Bapak Christ Jovan Wagimin dan Ibu Sri Rejeki yang telah mendidik saya untuk menjadi pribadi yang disiplin dan jujur, telah menjadi mentor dan panutan hidup sampai saya memiliki banyak bakat seperti saat ini, terima kasih banyak.

5. Mbak Mita, Mbak Yuyun, Mbak Ara, Inang dan Mas Rangga yang selalu mengasihi, mendukung, dan memotivasi saya, terima kasih sudah menjadi figur yang baik bagi saya.
6. Keluarga besar Trah Karso Pawiro yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam masa studi.
7. Dosen pembimbing saya ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. terima kasih karena telah membimbing dan selalu sabar dalam mengurus saya dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini.
8. Marietha Anindya Putri yang menghibur, menguatkan, dan memberikan semangat dalam pengerjaan penelitian ini, terima kasih telah menjadi seseorang yang ada dalam proses pendewasaan saya.
9. Kantor Kerjasama dan Promosi, Bapak H. Andre Purwanugraha, SE., MBA. dan Ibu Dra. M. Titi Purwaningsih karena telah menjadi subyek penelitian skripsi ini.
10. Sammy, Viraun, Dayah Haruno, Dewiq, David, Leo, Brian, Yudhis dan teman-teman kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Mas Risang, Endricho, Bramantyo, Herjuno, Elsyh, Edu, Dimas, Abi, Andriyan, dan anggota PEMCOD yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti,

Immanuel Nurwidasih Aji Utomo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diartikan sebagai perencanaan yang terdiri atas; (1) analisis faktor internal; (2) segmentasi pasar; (3) analisis kompetitor; (4) respon konsumen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan juga implementasi yang dianalisis melalui bauran komunikasi pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Subjek penelitian adalah pihak yang bertanggung jawab kepada promosi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yaitu Kantor Kerjasama dan Promosi (KKP) dan Kantor Humas, Sekretariat, dan Protokoler (KHSP). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Uji dan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber data. Data dianalisis dengan model dari Miles dan Huberman melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pihak promosi Universitas Atma Jaya Yogyakarta melakukan perencanaan dengan analisis kekuatan kampus, menentukan pasar dan sasaran sekolah, melakukan diskusi mendalam dengan rektorat dalam membuat program yang menarik dan terkini, menelaah respon konsumen dengan menganalisis asal sekolah calon mahasiswa dan respon melalui survei. Pihak promosi melakukan implementasi menggunakan beberapa komponen bauran komunikasi pemasaran yaitu; (1) Periklanan; (2) Promosi Penjualan; (3) Humas dan Publisitas; (4) *Direct Marketing*; (5) *Word-of-Mouth* dan (6) *Personal selling*

Kata Kunci : *Strategi, Komunikasi, Pemasaran*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 Komunikasi	9
1.5.2 Strategi	12
1.5.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
1.6 Kerangka Konsep.....	20
1.7 Metodologi Penelitian.....	22

1.7.1 Jenis penelitian.....	22
1.7.2 Metode Penelitian	23
1.7.3 Lokasi Penelitian.....	23
1.7.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	23
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.7.6 Jenis Data.....	26
1.7.7 Analisis Data.....	27
BAB II.....	30
2.1 Sejarah dan Gambaran Umum.....	30
2.2 Profil Mahasiswa	40
2.3 Visi, Misi, dan Motto.....	41
2.4 Struktur Organisasi	42
BAB III.....	44
A. Temuan Data.....	44
1.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	45
1.2 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran	49
1.2.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	49
1.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	52
1.2.3 Humas dan Publisitas (<i>Public Relations</i>).....	55
1.2.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	59
1.2.7 Media Konvensional dan Digital	66
B. Analisis Data.....	69
BAB IV.....	81
A. Kesimpulan.....	81

B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	89



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka konsep penelitian.....	24
Bagan 2 Struktur organisasi Kantor Kerjasama dan Promosi UAJY.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Universitas Atma Jaya Yogyakarta (1965-2003).....	32
Gambar 2 Logo Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2003-Saat ini)	33
Gambar 3 Logo Universitas Atma Jaya Yogyakarta Terbaru (2021)	35
Gambar 4 Media Sosial Instagram Universitas Atma Jaya Yogyakarta	38
Gambar 5 Media Sosial Twitter Universitas Atma Jaya Yogyakarta	39
Gambar 6 Media Sosial Youtube Universitas Atma Jaya Yogyakarta	40
Gambar 7 Website Universitas Atma Jaya Yogyakarta.....	41
Gambar 8 Hasil Perencanaan Kegiatan Periklanan UAJY Berupa Baliho	49
Gambar 9 Hasil Perencanaan Kegiatan Promosi Penjualan UAJY	51
Gambar 10 Hasil Perencanaan Kegiatan Promosi Penjualan UAJY	52
Gambar 11 Hasil Perencanaan Kegiatan Event & Experiences UAJY.....	54
Gambar 12 Hasil Perencanaan Kegiatan Hubungan Masyarakat UAJY	57
Gambar 13 Hasil Perencanaan Kegiatan Humas & Publisitas UAJY.....	58
Gambar 14 Hasil Perencanaan Kegiatan Penjualan Personal UAJY	61
Gambar 15 Hasil Perencanaan Pemasaran Interaktif UAJY	66

DAFTAR LAMPIRAN

Matriks Penelitian	95
Pedoman Wawancara	96
Transkrip Wawancara 1	100
Transkrip Wawancara 2	112

