



**STRATEGI PROMOSI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH MAHASISWA BARU (STUDI KASUS: KOMUNIKASI
PEMASARAN UNIVERSITAS DARMA PERSADA)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**OLEH
DEFRILINA SARAGIH
55216110074**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2018**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Defrilina Saragih
NIM : 55216110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Komunikasi Pemasaran Universitas Darma Persada)

Jakarta, 23 Mei 2018

Pembimbing Utama

Dr. Suraya, M.Si.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TESIS

Nama : Defrilina Saragih
NIM : 55216110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Jemput Bola Dalam Meningkatkan
Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Komunikasi
Pemasaran Universitas Darma Persada)
Tanggal : 2018

Mengesahkan,
Pembimbing Utama

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr. Suraya, M.Si.

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Nama : Defrilina Saragih
NIM : 55216110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Komunikasi Pemasaran Universitas Darma Persada)

Jakarta, 2018

Mengetahui,

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

Penguji Ahli
Dr. Farid Hamid, M.Si. (.....)

Pembimbing
Dr. Suraya, M.Si. (.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Nama : Defrilina Saragih
NIM : 55216110074
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Komunikasi Pemasaran Universitas Darma Persada)

Jakarta, 23 Mei 2018

Mengetahui,

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

Penguji Ahli
Dr. Farid Hamid, M.Si (.....)

Pembimbing
Dr. Suraya, M.Si. (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERNYATAAN

Judul : STRATEGI PROMOSI JEMPUT BOLA DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU
(STUDI KASUS: KOMUNIKASI PEMASARAN
UNIVERSITAS DARMA PERSADA)

Nama : Defrilina Saragih

NIM : 55216110074

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 23 Mei 2018

Defrilina Saragih

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“RASIONALISASI MEDIA DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PASAR CIRENG SALJU”** berupa studi kasus terkait produk Cireng Salju dari PT. Bonju Indonesia Mas. Penelitian ini diajukan untuk keperluan tesis dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penyusunan tesis ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibuku yang selalu mendoakan dan mendukungku, dan Ayahku (almarhum), yang selalu menjadi teladan keteguhan dan kesabaran,
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing yang memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat, kesabaran dalam membimbing, dan arahan dalam penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan tesis pada khususnya,
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., atas perhatiannya dalam mengarahkan dan memberi masukan terhadap penulis dalam menyelesaikan perkuliahan,
4. Ibu Dr. Henny Gusfa, M.Si. dan jajaran dosen pengajar Magister Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diajarkan sebagai bekal sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan,
5. Wina, belahan jiwa yang selalu mendampingi, dan Keysha, permata hati yang sangat kusayangi,

6. Kakak, adik dan kedua iparku, serta keponakanku Nadine dan Navisha yang kusayangi,
7. Bapak Dimas Aritejo, Ibu Yeni Rahmadanti, Ibu Meliessa, selaku narasumber yang sudah meluangkan waktu untuk mendukung penelitian ini,
8. Fitrie dan Gatot, selaku teman baik bersama rekan-rekan N.S.Y.O.L.K.C. yang memberikan dukungan dan kesabaran pada penulis,
9. Bapak Warso dan tim Tata Usaha Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, atas bantuan yang diberikan pada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
10. Rekan-rekan pengurus BEC dari Universitas Bina Nusantara Jakarta, rekan-rekan pengurus MBLC dari Universitas Mercu Buana Jakarta, dan tim Pak Alto, atas dukungan secara tidak langsung yang diberikan pada penulis.
11. Rekan-rekan mahasiswa satu angkatan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah mendukung penulis baik itu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tesis ini.

Jakarta, 22 Februari 2018

Kusumah Arif Prihatna

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TESIS	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Maksud Penelitian	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
2.2. Landasan Teori.....	44
2.2.1. Strategi	44
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	44
2.2.2.1. Komunikasi	46
2.2.2.2. Pemasaran.....	46
2.2.2.3. Bauran Promosi	49
2.2.3. Media Digital	32
2.2.3.1. Situs Jaringan (<i>Website</i>)	38
2.2.3.2. Email	38
2.2.3.3. Media Sosial.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks Review Penelitian Sejenis	21
Tabel 1. Analisis <i>Website</i> terhadap Pengembangan Pasar	113
Tabel 2. Analisis Email terhadap Pengembangan Pasar	117
Tabel 3. Analisis Instagram terhadap Pengembangan Pasar.....	125
Tabel 4. Analisis Twitter terhadap Pengembangan Pasar.....	131
Tabel 5. Analisis Facebook terhadap Pengembangan Pasar	139
Tabel 6. Analisis WhatsApp terhadap Pengembangan Pasar.....	147
Tabel 7. Analisis LINE terhadap Pengembangan Pasar.....	151
Tabel 8. Analisis BBM terhadap Pengembangan Pasar.....	156
Tabel 9. Analisis YouTube terhadap Pengembangan Pasar.....	159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. APJII 2016: Penetrasi Pengguna Internet Indonesia	5
Gambar 1.2. <i>Digital In 2017: Global Overview</i>	5
Gambar 2.1. Matriks Ansoff	46
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1. Cireng Salju	60
Gambar 4.2. Tampilan <i>Website</i> Cireng Salju	61
Gambar 4.3. Tampilan Instagram Cireng Salju	63
Gambar 4.4. Tampilan Twitter Cireng Salju	63
Gambar 4.5. Tampilan Facebook Cireng Salju	64
Gambar 4.6. Tampilan WhatsApp Cireng Salju	65
Gambar 4.7. Tampilan LINE Cireng Salju	66
Gambar 4.8. Tampilan YouTube Cireng Salju	67
Gambar 4.9. Diagram Hasil Penelitian	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Analisis pada <i>Website</i> (Situs Jaringan)	109
Lampiran 2. Transkrip Analisis pada Email (Surat Elektronik)	115
Lampiran 3. Transkrip Analisis pada Instagram	119
Lampiran 4. Transkrip Analisis pada Twitter	127
Lampiran 5. Transkrip Analisis pada Facebook	133
Lampiran 6. Transkrip Analisis pada WhatsApp.....	141
Lampiran 7. Transkrip Analisis pada LINE.....	149
Lampiran 8. Transkrip Analisis pada Blackberry <i>Messenger</i> (BBM)	153
Lampiran 9. Transkrip Analisis pada YouTube	157
Lampiran 10. Transkrip Wawancara Narasumber 1	161
Lampiran 11. Transkrip Wawancara Narasumber 2	187
Lampiran 12. Transkrip Wawancara Narasumber 3	205
Lampiran 13. Observasi	211