

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA**

**PELATIHAN DAN KEJURUAN**

**(STUDI KASUS LPK IPPI YOGYAKARTA DALAM MENJARING**

**CALON MAHASISWA BARU TAHUN 2008/2009)**

**VOCATIONAL INSTITUTION MARKETING COMMUNICATION STRATEGY**

**(CASE STUDY: IPPI VOCATIONAL INSTITUTION'S STRATEGY TO RECRUIT 2008/2009 STUDENT  
CANDIDATES)**



Disusun oleh :

JONI HERMAWAN

200105300

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA  
PELATIHAN DAN KEJURUAN  
(STUDI KASUS LPK IPPI YOGYAKARTA DALAM MENJARING  
CALON MAHASISWA BARU TAHUN 2008/2009)**

**VOCATIONAL INSTITUTION MARKETING COMMUNICATION STRATEGY  
(CASE STUDY: IPPI VOCATIONAL INSTITUTION'S STRATEGY TO RECRUIT  
2008/2009 STUDENT CANDIDATES)**

Disusun oleh :  
JONI HERMAWAN  
20010530038

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

## **SKRIPSI**

### **HALAMAN PENGESAHAN**

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhamadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/tanggal : Sabtu, 04 Juli 2009

Jam : 09.30 – 11.00

Tempat : Ruang Multi Media Ilmu Komunikasi

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua

Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM

Penguji 1

Penguji 11

Aswad Ishak , S.IP.

Taufiqur Rahman, S.IP., MA.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 29 Agustus 2009

Ketua jurusan Ilmu Komunikasi

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.

## MOTTO

“Jangan bertetangga dengan keputusasaan : ada harapan disana.

Jangan pergi kearah kegelapan : ada matahari disana.”

( Jalaluddin Rumi)

“Fight for live.. fight for right” .....

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah, hanya kata itu yang bisa merangkum semuanya. Meski masih jauh dari sempurna namun skripsi ini benar-benar penulis persembahkan untuk papa dan mama yang dengan kesabaran dan tulus ikhlas kasihnya mampu memotivasi penulis untuk melanjutkan dan menyelesaikan skripsi ini.*

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Jhon Pm Thanks to:*

- Sang Penguasa alam, ALLAH SWT yang selalu memberikan kenikmatan dan anugerahnya. Nabi besar Muhammad SAW yang membawa berjuta-juta pencerahan bagi umatnya.
- My Family: Papa & Mama yang tiada henti memberikan dorongan dan motivasi serta kasih sayang yang tiada henti. Adik-adikku Igun dan Melon, yang menjadi inspirasi dan penyemangat hidup. I love you full!!!
- My prend!, untuk temen-temen IK 01, Semar Mesem Jogja Photography Club, Lubang Kunci Film, Workshop, Sadewo 45, Bumiayu Community, Kulo & Amelia Community, JARAN Production, wanita yang pernah singgah dan mengisi hari-hari yang indah selama dijogja, dan semua temen-temen yang sudah mengisi tiap kekosongan-kekosongan menjadi motivasi-motivasi dimanapun kalian berada. maaf tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih untuk semua kenangan, pengalaman, ilmu dan cerita suka-dukannya. Keep kontak yaap,, tanpa kalian hidup ini gak akan berarti. I love you Full!!!
- ERK (EFek Rumah Kaca), THE SIGIT yang selalu setia menemani & memberi inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Puji Syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan ijinnya hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PELATIHAN DAN KEJURUAN . Skripsi ini di susun guna melengkapi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana (S-1) pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis sadar bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, namun apapun hasilnya, ini adalah proses panjang dan hasil murni yang bisa penulis kerjakan. Untuk itu dengan selesainya skripsi ini penulis menghaturkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT pemberi semua rahmat, nikmat dan anugrahnya
2. Ibu Yeni Rosilawati. S.IP. SE.MM, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, kritik dan mengarahkan penulis dalam paradig sistematis yang benar.
3. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP., MA. dan Bapak Aswad Ishak, S.IP. selaku dosen penguji 1 dan II yang banyak menyadarkan penulis akan kekurangan dalam tulisan ini lewat kritik dan sarannya.
4. Seluruh dosen dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi UMY atas semua ilmu dan pengalaman serta pelayanan yang diberikan.
5. Untuk Papa & Mama untuk pengorbanan, dosa dan kesabaran yang belum mampu penulis balas.
6. Untuk teman-teman, sahabat dan semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

# DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	ii
<b>Halaman Persembahan</b> .....	iii
<b>Halaman Motto</b> .....	iv
<b>Halaman Ucapan Terima Kasih</b> .....	v
<b>Kata Pengantar</b> .....	vi
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>Abstraks</b> .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	5
D. Kerangka Teori.....	5
1. Strategi.....	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	14



3.	Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan.....	25
E.	Metode Penelitian.....	25
1.	Jeni Penelitian.....	27
2.	Obyek Penelitian.....	27
3.	Lokasi Penelitian.....	28
4.	Tehnik Pengumpulan Data.....	28
a.	Wawancara.....	28
b.	Studi Pustaka.....	28
5.	Tehnik Analisis Data.....	30
6.	Sistematika Penulisan.....	30
<b>BAB II.</b>	<b>GAMBARAN UMUM LPK IPPI YOGYAKARTA.....</b>	<b>31</b>
A.	Sejarah Pendirian IPPI.....	33
B.	Visi dan Misi IPPI.....	33
1.	Visi IPPI.....	33
2.	Misi IPPI.....	33
C.	Alamat.....	33
D.	Struktur Organisasi.....	39
E.	Staff Pengajar.....	39
F.	Program Profesi LPK IPPI.....	43
G.	Fasilitas & Infrastruktur.....	44
<b>BAB III.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
<b>A.</b>	<b>Penyajian Data.....</b>	<b>45</b>
A.	Análisis Situasi Dan Lingkungan.....	46
a.	Faktor Pendukung.....	48

b. Faktor Penghambat.....	49
B. Strategi Pemasaran IPPI.....	52
C. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada LPK IPPI.....	53
a) Mengidentifikasi Audiens Sasaran.....	55
b) Menentukan Tujuan Komunikasi.....	57
c) Merancang Pesan Yang Akan Disampaikan.....	57
d) Memilih Saluran Komunikasi.....	58
e) Mengalokasikan Total AnggaranPromosi.....	58
f) Memutuskan Mengenai Bauran Promosi.....	59
a) <i>Direct seling</i> .....	62
b) <i>Direct Mail</i> .....	64
c) <i>Advertising</i> .....	69
g) Mengukur Hasil Promosi.....	71
h) Mengelola dan Mengkoordinasikan seluruh Proses Komunikasi Pemasaran.....	72
<b>B. Analisis Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran LPK IPPI.....</b>	<b>72</b>
1. Mengidentifikasi Audiens Sasaran.....	74
2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	75
3. Merancang Pesan.....	76
4. Pemilihan Saluran Komunikasi.....	78
5. Mengalokasikan Total Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	79
6. Memutuskan Mengenai Bauran Komunikasi Pemasaran.....	83
7. Mengukur Hasil Komunikasi Pemasaran.....	84

8. Mengelola Dan Mengoordinasikan Seluruh Proses Komunikasi Pemasaran.....	86
<b>BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah mahasiswa Baru IPPI Dari Tahun 2005-2008.....	3
Tabel 1.a	Daftar sekolah sasaran program <i>Direct Selling</i> .....	61
Tabel 1.b	Hasil Kuisisioner Pada Calon Mahasiswa Dari Mana Mendapatkan Informasi Tentang LPK IPPI .....	70
Tabel 1.c	Target Strategi Komunikasi LPK IPPI.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Model Komunikasi Pemasaran</i> .....	8
Gambar 2.1	<i>Logo LPK IPPI Yogyakarta</i> .....	32
Gambar 2.2	<i>Struktur Organisasi LPK IPPI</i> .....	34
Gambar 3.a	<i>Direct Mail LPK IPPI</i> .....	64
Gambar 3.b	<i>Iklan Cetak LPK IPPI</i> .....	65
Gambar 3.c	<i>Spanduk/Rontek LPK IPPI</i> .....	68
Gambar 3.d	<i>Brosur LPK IPPI</i> .....	69

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**ABSTRAKS**

**Joni Hermawan**

**20010530038**

**Ilmu Komunikasi**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Pelatihan dan Kejuruan IPPI**

**(Studi deskriptif tentang strategi Komunikasi Pemasaran LPK IPPI dalam menarik minat calon mahasiswa baru tahun ajaran 2008/2009)**

**2009, 88 halaman+17 buku+3 situs internet+1 koran**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran LPK IPPI dalam menarik minat mahasiswa baru tahun ajaran 2008/2009. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran LPK IPPI dalam menarik minat calon mahasiswa baru. (2) untuk mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh LPK IPPI. Penelitian ini menggunakan teknik studi deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. (2) Reduksi data. (3) Penyajian data. (4). Kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran LPK IPPI dilatarbelakangi oleh menurunnya jumlah mahasiswa baru yang masuk ke Yogyakarta dan juga karena persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan serupa di Yogyakarta untuk mendapatkan mahasiswa baru. Melalui strategi komunikasi pemasaran, LPK IPPI menggunakan bauran komunikasi pemasaran untuk menarik minat calon mahasiswa baru di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa LPK IPPI menggunakan 3 dari 5 cara komunikasi utama dalam bauran komunikasi pemasaran (menurut Sulaksana, 2003:50) yaitu periklanan, penjualan personal dan pemasaran langsung. Seluruh kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk menarik minat calon mahasiswa baru dengan dengan ‘memposisikan’ sebagai lembaga pendidikan dan pelatihan profesi yang mencetak kader professional dalam bidangnya serta dilengkapi dengan jaminan ikatan kerja yang membuat berbeda dengan lembaga-lembaga serupa.

