

Analisis citra merek (brand image) program sarjana ilmu jurnalistik yang mempengaruhi preferensi siswa SLTA dalam memilih perguruan tinggi = Analysis brand image of journalism graduate program that influence preference of high school students in choosing higher education : compare study towards three private universities as organizer of journalism graduate program

Iwan Setyawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109133&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Booming industri media di Indonesia yang terjadi sekitar tahun 1999, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 9 Tahun 1999 tentang pers telah mengakibatkan melonjaknya minat masyarakat untuk mempelajari ilmu komunikasi. Fenomena ini telah menjadikan peluang yang menjanjikan sekaligus tantangan bagi Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan program studi ilmu komunikasi, khususnya program sarjana ilmu Jurnalistik.

Dari sisi peluang, lonjakan minat masyarakat untuk mempelajari ilmu komunikasi merupakan sesuatu yang sangat berharga, namun di sisi lain, persaingan untuk memperebutkan siswa SLTA juga sangat ketat karena terdapat 9 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dalam Kopertis Wilayah III DKI Jakarta yang menyelenggarakan Program sarjana ilmu Jurnalistik. Jumlah ini belum termasuk pesaing dari close substituted, yaitu dari program-program lain dalam lingkup ilmu komunikasi.

Salah satu strategi pemasaran untuk memenangkan pemasaran yaitu melalui merek. Merek merupakan hal yang sangat penting, baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Bagi konsumen, dalam hal ini siswa SLTA, dengan adanya merek, apalagi merek tersebut mempunyai citra (image) kuat dan positif akan memudahkan siswa SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi karena merek yang mempunyai citra positif cenderung akan lebih banyak dipilih dibanding merek-merek lain yang image-nya kurang baik di mata konsumen. Bagi Perguruan Tinggi, suatu citra merek (brand image) yang kuat memberikan beberapa keunggulan utama seperti menciptakan suatu keunggulan bersaing, dapat membedakan dengan produk pesaing, dan merek yang dikenal mendorong repeat buying. Selain itu citra merek juga berguna untuk menentukan pasar sasaran yang dipilih.

Penelitian ini mencoba membandingkan pengaruh elemen-elemen brand image program sarjana ilmu Jurnalistik terhadap preferensi siswa SLTA dalam memilih Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta., Universitas Sahid, dan Universitas Nasional. Sebagai landasan teori digunakan teori-teori Perilaku individual konsumen dalam memilih Perguruan Tinggi dari Kotler & Fox, Brand theory dari David Aaker, Brand Image dari Duriyanto, Power Brand dari Freddy Rangkuti, dan Riset Pemasaran dari Naresh K. Malhotra. Adapun subyek penelitian ini siswa SLTA yang berada di Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Bekasi, dan Depok. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden siswa SLTA. Selain itu untuk mendukung analisis data primer, digunakan juga data sekunder atau studi kepustakaan dari berbagai referensi ilmiah yang relevan dengan topik penelitian ini.

Dalam pengolahan data dipergunakan software SPSS 12.0, untuk memperoleh gambaran mengenai kesadaran merek, kesan kualitas, dan asosiasi merek dalam membentuk brand image serta pengaruhnya terhadap preferensi siswa SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi. Hasil penelitian secara umum, elemen

kesadaran merek siswa SLTA terhadap program sarjana ilmu Jurnalistik pada ketiga perguruan tinggi sangat tinggi dibandingkan dengan kesan kualitas maupun asosiasi merek. Namun berdasarkan hasil analisis regresi, justru elemen kesadaran merek ini tidak memberikan pengaruh kepada preferensi siswa SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi.

Secara teori, bila konsumen memiliki kesadaran merek yang tinggi terhadap suatu merek atau produk, maka ketika konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan, pertama kali konsumen akan mempertimbangkan merek yang paling diingatnya untuk dijadikan prioritas pilihan. Oleh karena itu, fenomena ini akan menjadi bahan penelitian yang menarik bagi peneliti berikutnya untuk dapat mengungkap masalah ini.