

**Analisis strategi komunikasi pemasaran perguruan tinggi dalam upaya recruitment marketing (Studi kasus LPK Widya Bhakti bekerjasama dengan STIE Bisnis Indonesia) = Analysis of the college strategic marketing communications in recruitment marketing (Case study of LPK Widya Bhakti after the agreement with STIE Bisnis Indonesia)**

Marissa Karenina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=120982&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tesis ini membahas strategi komunikasi pemasaran sebuah perguruan tinggi dalam memasarkan program pendidikan strata satu yang diselenggarakan karena adanya perjanjian kerjasama dengan STIE Bisnis Indonesia. Teori komunikasi pemasaran yang merupakan gabungan antara dua kajian yaitu teori komunikasi dan teori pemasaran menjadi landasan dalam penelitian ini. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa LPK Widya Bhakti menerapkan program komunikasi sesuai teori namun tidak secara menyeluruh, dan menyarankan agar lembaga pendidikan melakukan komunikasi pemasaran terpadu, membuat dan merencanakan program evaluasi agar terlihat apakah program komunikasi yang diterapkan sudah berhasil atau belum.

.....The focus of this study is the marketing Communications strategy of a higher institution (college) in marketing their bachelor program which was operated in result of an agreement with STIE Bisnis Indonesia. The theories used as base are communication theory and marketing theory. This research is a case study through a qualitative descriptive interpretive approach. The researcher found that the college did not fully implement as stated in the theory. It has not applied an integrated marketing Communications and suggests that the college need to develop an evaluation plan in order to know if the college had succeeded in implementing its marketing Communications program.