

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI.....	10
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	10
2.2 JASA PENDIDIKAN TINGGI	12
2.2.1 Pengertian Jasa Pendidikan	12
2.2.2 Karakteristik Jasa Pendidikan Tinggi.....	12
2.2.3 Jenis Jasa Pendidikan Tinggi.....	14
2.2.4 Atribut Jasa Pendidikan.....	15
2.3 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC).....	18
2.3.1 Definisi	18
2.3.2 Ciri -ciri Komunikasi Pemasaran Terpadu/ <i>IMC</i>	19
2.3.3 Tujuan <i>IMC</i>	21
2.3.4 Tahapan Evolusi <i>IMC</i>	21
2.3.6 Proses Perencanaan <i>IMC</i>	23
2.3.7 Proses Mengelola <i>IMC</i>	24
2.4 BENTUK - BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN.....	27
2.5 KERANGKA PEMIKIRAN.....	32

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1	PENDEKATAN PENELITIAN	33
3.2	METODE PENELITIAN	34
3.3	LOKASI PENELITIAN	35
3.4	PENENTUAN INFORMAN	35
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
3.6	JENIS DAN SUMBER DATA.....	39
3.7	TEKNIK ANALISIS DATA	40
3.8	TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	41
BAB IV	DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	44
4.1	PROFIL UMUM.....	44
4.2	VISI, MISI, TUJUAN DAN SASARAN.....	45
4.2.1	Visi.....	45
4.2.2	Misi.....	46
4.2.3	Tujuan.....	47
4.2.4	Sasaran.....	49
4.3	LOGO DAN LAMBANG.....	50
4.3.1	Logo ITS.....	50
4.3.2	Lambang ITS.....	51
4.4	FAKULTAS DAN JURUSAN.....	52
4.4.1	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA)	52
4.4.2	Fakultas Teknologi Industri (FTI).....	52
4.4.3	Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan (FTSP).....	54
4.4.4	Fakultas Teknologi Kelautan (FTK).....	55
4.4.5	Fakultas Teknologi Informasi (FTIF).....	56
4.5	MAHASISWA.....	57
BAB V	HASIL DAN ANALISA PENELITIAN.....	63
5.1	PROFIL INFORMAN.....	63
5.2	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ITS.....	64
5.2.1	Analisa Situasi.....	66
5.2.2	Perencanaan dan Program.....	68

5.2.3	Aksi dan Komunikasi.....	71
5.2.4	Taktik.....	74
5.2.5	Evaluasi.....	75
5.3	BENTUK – BENTUK KEGIATAN MPR ITS.....	82
5.3.1	Brosur.....	83
5.3.2	Majalah Kampus.....	85
5.3.3	Website.....	87
5.3.4	Event.....	92
5.3.4.1	Dies Natalis ITS.....	93
5.3.4.2	ITS Expo.....	96
5.3.5	<i>Corporate Advertising</i>	100
5.3.6	<i>Personal Selling</i>	106
5.3.7	Bentuk Komunikasi Pemasaran Lainnya.....	107
BAB VI PENUTUP.....		111
6.1	KESIMPULAN.....	111
6.2	SARAN.....	112
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Pengelolaan IMC	24
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1	Logo ITS	50
Gambar 4.2	Lambang ITS	51
Gambar 4.3	Jumlah Mahasiswa Baru ITS	58
Gambar 4.4	Jumlah Mahasiswa ITS tahun 2014	59
Gambar 4.5	Jumlah Lulusan ITS tahun 2014	59
Gambar 5.1	Contoh Brosur ITS : Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru	84
Gambar 5.2	Majalah Point ITS	85
Gambar 5.2	Tampilan lama website ITS	88
Gambar 5.3	Tampilan baru website ITS	89
Gambar 5.5	Liputan Pembukaan Dies Natalis ITS	94
Gambar 5.6	Liputan Rangkaian Kegiatan Dies Natalis ITS, Mlaku-mlaku Nang Tunjungan Mbarek ITS	95
Gambar 5.7	Logo ITS Expo tahun 2014	97
Gambar 5.8	Liputan ITS Expo oleh media online nasional	98
Gambar 5.9	ITS funbike	100
Gambar 5.10	Layout dan Suasana BKI ITS	102
Gambar 5.11	Rektor ITS Prof Dr Ir Tri Yogi Yuwono DEA yang didampingi Asisten Kemasyarakatan Pemprov Jatim Dr Asyhar melepas keberangkatan 10 bus mudik bareng gratis di lapangan kampus ITS Surabaya	103
Gambar 5.12	Gedung Rektorat ITS	106

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Sebaran Asal Calon Mahasiswa Baru ITS Tahun 2012 –2014	60
-----------	---	----

