

LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Sumber Wawancara: Ibu Ellynia, S.E., M.M. selaku Kepala Marketing / Marketing Manager kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tanggal Wawancara: Kamis, 7 Mei 2015, jam 14:00 siang

Anthony Bong (AB)

: Sekarang saya akan mewawancarai ibu Ellynia selaku Kepala Marketing kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, tentang strategi pemasaran kampus Instiut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Pertanyaan pertama, strategi komunikasi pemasaran apa saja yang sudah dilaksanakan untuk mendapatkan mahasiswa?

Ibu Ellynia (IE)

: Strategi komunikasi pemasaran apa saja yang sudah dilakukan di kampus Kwik Kian Gie? Strategi komunikasinya itu, kami baik melalui yang namanya adalah media elektronik, atau baik media cetak. Kalau di media cetak itu kita banyak kerjasama dengan majalah-majalah seperti majalah Marketing, lalu juga kita kerjasama dengan “Media Kawasan”, baik Media Kawasan Sunter, atau Kelapa Gading, karena memang pangsa pasar kita adalah, memang daerah Jakarta Utara. Lalu adalah, strategi



promosinya yang lain, yang digunakan dari tahun ke tahun, untuk melakukan proses penerimaan. Jadi bukan saja yang kita lakukan tersebut adalah *direct*-nya, tapi *indirect*-nya juga kita lakukan. Jadi secara langsung itu adalah kami melakukan presentasi ke sekolah-sekolah, lalu kami juga mensosialisasikan kampus Kwik Kian Gie melalui *edufair* di sekolah-sekolah, melalui acara *workshop*, melalui acara-acara pelatihan, mengirim dosen-dosen yang berpotensi baik untuk ke sekolah-sekolah. Lalu, strategi yang kamu punya ini adalah tentang radio, ya?

: Iya.

: Radio, kami nggak terlalu banyak menggunakan radio. Baru beberapa tahun terakhir ini kami menggunakan Gen FM, juga menggunakan Jak FM. Jadi radio-radio itu yang memang kami gunakan selama ini. Tapi, nggak rutinitas setiap tahun atau setiap bulan kami lakukan. Cuma hanya beberapa sesekali aja, kalau iklan radio.

: Lalu apakah strategi yang digunakan dalam setiap tahun untuk menerima mahasiswa baru selalu berubah?

: Strategi yang kita pakai kurang lebih ada yang sama, 80% kita pakai, 20% *improve*. *Improve* itu dalam arti kalau ada program-program baru yang memang lebih baik, kita lakukan yang terbaru, lalu kalau misalnya yang tidak baik, tidak kita ambil

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

AB

IE

AB

IE



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

lagi tapi yang *improve* yang baru yang memang menurut kita bagus ya kita *improve* selalu yang menjadi lebih baik lagi.

: Kira-kira strategi pemasaran itu, apa ada tingkat keberhasilannya?

: Strategi pemasaran itu pasti, dilihat dari intelek mahasiswanya aja. Jadi dari sisi intelek mahasiswa kalau setiap tahun meningkat itu dianggap adalah, secara kasat mata itu adalah memang proses keberhasilan dari programnya *marketing*. Tapi kan itu bukan satu-satunya program, ya, jadi juga program dukungan *intern*, ataupun *extern* juga sangat mendukung. Jadi bukan hanya dari *marketing*nya aja. Saya yakin bukan hanya dari *marketing* aja. Karena banyak di sini dari civitas akademika itu kan dosen berperan juga, lalu karyawan juga berperan, bagaimana mereka testimoni dengan masyarakat sekitar mereka, nah itu kan salah satu *selling point* kita juga.

: Kira-kira, bagaimana tingkat keberhasilan antara promosi melalui radio dan promosi melalui promosi lainnya?

: Kalau mau bilang radio, dibidang berhasil, saya anggap tidak, karena memang radio itu hanya untuk *branding* saja. Jadi keberhasilannya itu, lebih ke *direct*-nya saja, jadi bagaimana tim *marketing* itu menyampaikan informasi mengenai kampus Kwik Kian Gie ke sekolah-sekolah. Itu yang kami anggap masih berpotensi mempunyai nilai yang paling bagus adalah presentasi.

: Lalu promosi apa yang dilakukan selain promosi melalui radio?

AB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

AB

IE

AB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



IE

AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IE

AB

IE

AB

IE

AB

: Tadi, yang saya jelaskan. Media cetak dan media elektronik.

: Baik, selanjutnya saya akan memasuki M yang kedua yaitu *Market Target*. Jadi siapakah target sasaran yang ingin dicapai melalui strategi pemasaran yang dilakukan oleh kampus Kwik Kian Gie?

: Target sasaran, yang pasti adalah anak-anak SMA, ya. Anak-anak SMA yang memang ingin sekolah bisnis, di kita. Bisnis, IT dan komunikasi juga. Karena kita adalah *school of business* jadi semua kita integrasikan dengan yang namanya bisnis. Ketertarikan mereka yang pasti adalah tentang bisnisnya. Lalu, target utama yang kita *guide*, pertama adalah untuk *segment* daerah, kalau kita lihat dari demografi adalah demografi Jakarta Utara, pasti. Lalu kalau dari *segment* kuota jumlah, adalah kuota jumlah SMA-SMA yang memang di atas 10, yaitu memang target utama kita, yang harus kita *guide* pertama-tama. Lalu mengikuti, menyusul yang lainnya.

: Lalu kira-kira dalam setiap tahunnya, untuk penerimaan mahasiswa baru apakah ada target yang harus dicapai?

: Pasti. Pasti.

: Misalnya ada minimal berapa orang?

: Yang namanya marketing pasti harus ada target. Minimal 600.

: Minimal 600 orang setiap tahun?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



IE

AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

AB

: Ya.

: Berarti untuk mencapai target ini biasanya dilakukan setiap berapa kurun waktu? Tiap tahun atau tiap apa?

: Ya, *continue* kayak gini aja. Setiap tahun akademik.

: Targetnya itu selalu sama per tahun? 600 per tahun?

: Tergantung yayasan.

: Kira-kira kalau belum tercapai, tindakan apa yang ingin dilakukan supaya mencapai angka 600 ini?

: Setiap tahun tercapai, sih. Jadi Puji Tuhan tercapai. Jadi, ya, dalam arti adalah, tidak mengalami penurunan. Puji Tuhan, adalah mengalami kenaikan.

: Selalu mengalami kenaikan tiap tahun, ya, Bu?

: Ya.

: Baik. Kira-kira kalau sudah tercapai, masih ada hal yang dilakukan?

: Oh, ya, pasti. Karena kita industrinya adalah di bidang pendidikan, bagaimanapun, sebuah kampus harus selalu memberikan *service* yang terbaik buat mahasiswanya, baik dari calon mahasiswa ataupun mahasiswa yang kuliah.

: Baik, selanjutnya saya akan melanjutkan ke M yang ketiga yaitu *Message*. Pertama-tama, dalam setiap promosi di sekolah-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

sekolah, apakah pesan promosi yang ingin ditonjolkan dari pihak kampus Kwik Kian Gie?

: Pesan promosi adalah, kita sebagai sekolah bisnis yang memang terakreditasi, yang mempunyai potensi di mana dosen-dosennya adalah yang terbaik, dan kita selalu *improve* dari tahun ke tahun untuk kurikulum untuk mencapai yang terbaik agar mahasiswa kita bisa digunakan untuk *user* atau perusahaan agar bisa mereka maksimal.

: Kira-kira apa yang menjadi ciri khas dalam promosi kampus ini, dibandingkan dengan para kompetitor lainnya untuk membuat calon mahasiswa tertarik untuk kuliah di sini?

: Um... Pertama adalah, keunikan kampus kita adalah dari keaktifan UKM, salah satunya, yang memang didengar banyak sekolah-sekolah memang UKMnya aktif. Di situ adalah salah satu *selling* di mana mahasiswa tersebut bukan hanya belajar tapi di mana mereka bukan unruk meningkatkan yang namanya IQ tapi mereka juga untuk meningkatkan EQ. EQ itu berkembang adalah dari UKM. Kalau UKMnya berkembang baik, pasti mahaslswanya berkembang baik. Itu salah satu *point*, bukan satu-satunya *point*. *Point* lain, adalah, yang kita katakan sebagai kampus kita ini adalah kampus yang unik yang kedua adalah karena kita punya program magang kerjanya. Program magang kerja ini kita wajibkan untuk semua mahasiswa untuk mereka program magang kerja, di situ mereka lebih mengenal

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

perusahaan lebih awal dibandingkan kampus lain. Itu salah satunya juga. Lalu yang ketiga adalah, relasi yang baik dengan sekolah-sekolah yang lain juga harus kita bina dengan baik. Itulah salah satu yang menjadi titik *point* di mana, yang namanya guru, yang namanya kepala sekolah itu juga memberi pengaruh kepada kita jadi kita memang selama ini menjalin kerja sama atau *relation* dengan baik. Lalu juga yang kami tampilkan untuk sekolah-sekolah agar mereka bisa tertarik adalah bahwa pilihan mereka kalau ingin mengambil sekolah bisnis adalah sekolah Kwik Kian Gie. Intinya, *brainwash*-nya kita ke mereka adalah seperti itu.

: Berarti kira-kira keseluruhan pesan yang disampaikan sudah mewakili kampus ini?

: Karena hanya presentasi saja, yang pasti nggak bisa. Karena keterbatasan waktu, yang pasti nggak semuanya tersampaikan. Untuk menyampaikan yang lain, kan mereka bisa lihat sendiri, dengan kondisi misalnya, dengan acara seminar kita, orang awam atau masyarakat kan lihat. Terus calon mahasiswa yang datang ke sini, juga mereka bisa lihat dengan acara *open house* kita. Lalu mereka datang ke sini dengan acara lomba-lomba yang dilakukan oleh UKM. Ya kan? Jadi di situ adalah, penyampaian itu banyak media. Jadi bukan hanya presentasi, bukan hanya radio, tapi juga dari media *indirect*-nya seperti mereka datang ke sini, untuk mengikuti acara lomba, dan lain-lain.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

AB

IE

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IE

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

AB

IE

: Beberapa tahun yang lalu, kan sempat menggunakan radio untuk alat promosi pemasaran, kan. Kira-kira, pesan yang disampaikan itu memang sudah tersampaikan lewat iklan itu apa belum? Terus apakah bisa tersampaikan dengan baik sesuai dengan target sasaran?

: Kalau untuk target sasaran, ya kita nggak bisa bilang, ya. Karena pendengar radio itu, kan targetnya... acara radio itu kan bermacam-macam. Ada yang jam pagi didengar oleh orang bisnis, ada jam siangnya didengar oleh anak SMA, ada yang jam sorenya didengar oleh orang-orang yang pulang kerja. Gitu, kan. Jadi yang pasti kami pasang iklan radio di *prime time*. Jadi benar-benar di *prime time* yang diharapkan bila memang pendengarnya adalah anak-anak SMA yang memang lagi mencari kampus. Cuma, apakah tersampaikan semua dengan baik, ya, satu lagi, saya bilang, mungkin tidak. Karena memang radio yang kita pakai kan cuma dua radio, dan tidak sering. Jadi memang kita pakai cuma setahun sekali. Jadi memang untuk udah akhir-akhir pendaftaran aja. Memang kita untuk informatif, lebih ke informatif aja dan untuk *branding* aja.

: Baik Selanjutnya saya akan memasuki M yang keempat yaitu Media. Selama ini media apa saja yang pernah digunakan untuk promosi?

: Media yang dipakai, yang tadi saya sudah jelaskan. Jadi dari media elektronik atau media cetak. *Direct* atau *indirect*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IE

AB

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

: Waktu itu kenapa memilih radio sebagai alat untuk mempromosikan kampus ini?

: Karena untuk menjadi tambahan *branding* aja. Karena kan salah satu media untuk promosi kan salah satunya adalah radio. Jadi kita mempunyai potensi anak-anak IIKom, jadi kita berdayakan untuk mereka membuat iklan. Dan juga dosen-dosen IIKom di sini kan cukup baik jadi bisa mendesain iklan dengan baik juga. Jadi, ya, kita mempromosikannya salah satunya dengan radio karena kita mempunyai SDM yang bisa untuk ke radio.

: Menurut Ibu sendiri, kelebihan dan kekurangan menggunakan radio ini apa ya? Untuk mengiklankan kampus ini?

: Kalau kelebihan dan kekurangannya, kalau saya dari sisi *marketing* melihat adalah minim informasi yang bisa kita sampaikan, jadi tidak seperti kalau kita presentasi kan waktunya lama, gitu ya. Jadi banyak pesan atau *message* yang bisa kita sampaikan. Tapi kalau melalui radio kan, cuma bermain durasi 1 menit, atau 1 setengah menit, atau 2 menit, nah, itu kan pasti informatifnya juga kurang. Jadi memang, salah satu kekurangannya adalah informatif yang kurang, dan juga sekarang radio-radio itu iklannya mahal. Jadi untuk prime time itu mereka bermain 1,7 juta per sekali, per *spot*. Jadi memang cukup mahal. Jadi kalau memang kita pasanganya nanggung-nanggung, ya, akibatnya jadi nggak maksimal.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: AB

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. IE

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

IE

: Bisa sebutkan alasannya memilih media lain selain radio?

Seperti yang tadi Ibu bilang, ada televisi segala macam?

: Media cetak, kita pakainya media cetak, karena bagaimanapun Media Kawasan itu adalah daerah Jakarta Utara, jadi kita pakai itu, salah satu, untuk promosi.

: Baik. Kira-kira, melalui media-media tersebut apakah bisa mencapai target sasaran yang diinginkan?

: Kalau untuk majalah Marketing, targetnya adalah untuk orang-orang yang memang dari keluarga bisnis atau dari keluarga pekerja yang di kantor, yang dengan melihat iklan, harapan kita adalah mereka bisa tahu, *aware* akan kampus Kwik Kian Gie. Lalu juga dengan majalah Media Kawasan, daerah Kelapa Gading dan Sunter, harapannya adalah untuk orang-orang Jakarta Utara, Karena bagaimanapun kan segmentasi kita ada di Jakarta Utara. Jadi kita selama ini baru bermain di majalah Marketing, majalah Media Kawasan, dan majalah Dikti. Karena Dikti kan memang urusannya adalah perguruan tinggi.

: Baik. Saya akan memasuki M yang kelima yaitu *Mix*. *Mix* itu ada bauran promosi seperti periklanan, *Sales Promotion*, *Public Relations*, *Personal Selling*, dan penjualan langsung. Jadi kira-kira selain radio, apakah pihak kampus ini sudah melakukan iklan seperti *billboard*, *sign board* dan media lainnya?

: *Billboard* iya, spanduk iya, jadi... poster, *leaflet* iya.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

AB

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

HE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

: Kira-kira, kan sudah dilakukan. Ketika sudah dilakukan bagaimana hasil yang diperoleh untuk mendapatkan mahasiswa? Apakah lebih besar pengaruh dari iklan media yang lain atau iklan di radio?

: Tolak ukur itu belum maksimal kita analisis, ya. Jadi memang sampai hari ini, kita masih berkisar dnegan intelek mahasiswa aja. Jadi bukan dari per program kita lihat. Jadi kalau untuk dari per program, kalau masalah poster, *billboard* dan lain-lain, itu saya rasa, itu *just branding*, jadi bukan untuk ke intelek mahasiswanya aja, gitu. Jadi nggak bisa kita ukur hanya dengan melihat pasang billboard, atau pasang poster, atau pasang *leaflet*, atau pasang spanduk, dan lain-lain. Nggak bisa diukur langsung.

: Baik. Selanjutnya promosi penjualan apa saja yang digunakan untuk mencapai target mahasiswa yang tadi Ibu bilang 600 orang ini? Kan dulu sempat ada program *Student Get Student* segala macam, kan. Kira-kira apa ada program yang lain, atau gimana?

: Program untuk *interent*-nya nggak, sih. Bahkan program *Student Get Student* juga udah ditutup, ya. Jadi menurut kita juga nggak efektif. Jadi kalau orang sudah menentukan pilihan itu, bukan sistem yang ikut-ikutan juga ya. jadi memang sudah ada pilihan dari pengaruh keluarga, atau pengaruh dari anaknya sendiri untuk memilih. Bukan teman ajak, langsung ikut. Nggak. Jadi menurut kami *Student Get Student* itu belum efektif.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

: Selanjutnya apakah di kampus ini, ada *Public Relations* untuk membantu menjaga citra kampus dalam hubungan bermasyarakat?

: Sampai hari ini masih dipegang korelasi dengan *marketing* kita jadi nggak ada PR-nya sendiri. Jadi masih korelasi dengan *marketing*nya.

: Tadi kan Ibu sempat bilang soal presentasi. Jadi sejauh mana presentasi yang dilakukan pihak kampus ini?

: Presentasi yang pasti adalah dengan *timing*nya adalah dengan gerak cepat tim *marketing* ke sekolah-sekolah, dengan mensosialisasikan maksimal *knowledge* about kampus Kwik Kian Gie, agar mereka bisa *aware*, mereka bisa minat untuk bisa mendaftar di kampus Kwik Kian Gie. Jadi sejauh ini presentasinya ya, lebih ke kelebihan Kwik Kian Gie dan *knowledge about Kwik Kian Gie School of Business* aja.

: Kira-kira menurut Ibu yang lebih efektif itu presentasi di sekolah-sekolah atau iklan radio?

: Presentasi di sekolah.

: Lalu metode presentasi yang dilakukan dalam presentasi tersebut seperti apa?

: Metode presentasi yang dilakukan adalah metode presentasi langsung. *Face-to-face* dengan tatap muka dengan anak SMA yang tujuannya adalah targetnya kelas tiga. Jadi, adalah metode

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

langsung di mana presenter menjelaskan *knowledge* tentang kampus kepada pihak anak-anak kelas tiga.

: Apakah kredibilitas staff *marketing* yang mewakili kampus sudah berpengaruh dalam menunjukkan citra kampus ini di depan anak-anak sekolah?

: Kalau saya melihat adalah iya, karena mereka melalui *training*, jadi mereka nggak boleh sembarangan menyampaikan informasi kepada sekolah di luar informasi yang seharusnya disampaikan. Jadi memang sudah professional di mana materi presentasinya adalah seragam untuk setiap orang, cuma yang membedakan adalah cara pembawaan masing-masing aja, jadi cara presentasi. Tapi untuk *knowledge*, untuk *tools*, semuanya adalah masuk ke standard, sama.

: Kan ada berbagai macam pemasaran. Hal apa saja yang sudah dilakukan melalui pemasaran langsung dalam kampus ini? Apakah dalam beberapa waktu ini sering ada calon mahasiswa yang menanyakan mengenai informasi tentang kampus ini melalui media-media yang lain?

: Iya, pasti. Karena kan memang kita kan bukan hanya promosi di iklan, majalah, bukan hanya presentasi, bukan hanya radio tapi banyak yang kita lakukan seperti *direct mail*, *e-mail blast*, SMS *blast*. Jadi program-program seperti *workshop*, pelatihan ke sekolah-sekolah, jadi memang banyak promosi yang dilakukan selain presentasi atau radio.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



AB

IE

AB

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

: Berarti apakah dari hasil pemasaran langsung seperti ini lebih banyak merekrut mahasiswa ketimbang dengan promosi?

: Ya, plus minus.

: Bisa sebutkan plus minusnya seperti apa?

: Pada prinsipnya adalah, setiap program yang dilakukan di kampus Kwik Kian Gie adalah berjalan dengan program yang kita buat tahunan. Jadi memang program-program itu sudah ada dan seperti yang sudah kamu tanya-tanyakan sebelumnya, juga semuanya sudah kita sebutkan, kurang lebih program apa saja yang selain presentasi atau radio. Jadi kita memang melakukan kunjungan ke sekolah, lalu menjalin hubungan baik dengan sekolah, karena memang sekolah memberikan pengaruh, lalu *family-to-family*. Jadi program *family-to-family* itu kalau adiknya masuk sini, karena kakaknya sudah di sini, jadi ada program potongan khusus. Lalu ada program-program beasiswa untuk anak-anak berprestasi di luar Jakarta jadi bagaimanapun kita harus *men-guide* anak-anak selain di Jakarta juga, Jabodetabek dan luar kota lainnya. Jadi banyak program yang kita lakukan, seperti penyebaran *leaflet*, kita titip di Kompas, lalu ada spanduk, ucapan selamat kepada sekolah-sekolah, jadi banyak sekali program yang selain itu.

: Kan di belakang kegiatan promosi ini pasti ada biayanya. Kira-kira, berapa besarkah anggaran yang direncanakan untuk kegiatan promosi seperti ini?

AB

1. Di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Di

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



IE

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

: Yang pasti nggak lebih 2% dari pendapatan kampus Kwik Kian Gie.

: Anggaran yang terbesar dialokasikan dalam promosi apa?

: Kalau dilihat dari satu item ya itu radio, pasti.

: Yang paling besar memang radio?

: Ya.

: Perbandingan anggaran dalam hal promosi antara iklan di radio dengan anggaran promosi-promosi lain itu berapa kira-kira?

: Perbandingannya... ya kurang lebih nggak jauh beda. Maksudnya dalam arti, setiap promosi itu pasti mahal. Bagaimanapun kalau kita ngomong *branding* kan pasti mahal. Jadi promosi apapun saya rasa ya pasti mahal. Tapi kalau dianggap paling mahal, karena satu item, sekali jalan itu iklan radio. Karena kan kalau iklan majalah, kan nggak semahal radio.

: Setiap tahunnya anggaran untuk promosi selalu sama atau berbeda?

: Berbeda.

: Kalau memang berbeda seperti apa perbedaannya?

: Itu adalah rahasia dari yayasan, ya, dalam arti biaya tersebut, *budget* yang diberikan oleh yayasan, berapa yang bisa dihabiskan oleh *marketing*, yang pasti tidak lebih 2% dari pendapatan kampus Kwik Kian Gie.

AB

IE

AB

IE

AB

IE

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

AB

AB

IE

AB

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AB

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

: Jumlah biaya yang dikeluarkan untuk keseluruhan media promosi apakah sudah sesuai dengan rencana anggaran per tahun?

: Kurang lebih ya.

: Kalau anggaran yang dikeluarkan tidak sesuai apa ada tindakan yang lain?

: Saya nggak ngomong nggak sesuai sih, jadi jawabannya itu nggak, tetap sesuai.

: Selanjutnya M yang terakhir yaitu *Measurement*. Dari berbagai promosi yang dilakukan, promosi yang mana yang paling efektif dalam menarik mahasiswa?

: Promosi *Direct*. Promosi secara langsung.

: Setiap berapa bulan atau berapa tahun dalam mengevaluasi hasil promosi yang dilakukan oleh pihak marketing kampus ini?

: Per tahun akademik. Jadi setiap promosi yang dilakukan per tahun akademik kita evaluasi untuk *improve* ke tahun depan.

: Evaluasi seperti apa yang dilakukan?

: Pertama adalah evaluasi dari tim marketingnya *interent* sendiri, yaitu evaluasi per program yang dibuat oleh marketingnya, lalu evaluasi terhadap pelaksanaan tim marketing ke lapangan, lalu evaluasi yang kita buat secara global untuk raker, kurang lebih, jadi ada pertanggungjawaban yang kita berikan kepada yayasan,

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

AB

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

lalu evaluasi juga kita lakukan secara menyeluruh dari tiap orang, Jadi ada evaluasi tiap orangnya juga. Jadi selain program marketingnya, kita harus evaluasi masing-masing karyawannya juga.

: Evaluasi ini dilakukan biasanya dengan siapa saja?

: Dengan pimpinan, dengan pihak personalia, dan juga dengan pihak semua dosen. Jadi kita kan ada raker.

: Baik. Kira-kira segini saja pertanyaannya. Terima kasih banyak, Bu.

: Baik, okay. Sama-sama.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

AP

AP

IE

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 2

TRANSKRIP IKLAN RADIO KAMPUS INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE VERSI PERTAMA

Berikut ini skenario (*script*) dari iklan radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Terdapat 2 (dua) versi untuk iklan radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Versi yang pertama adalah versi dengan tema mahasiswa yang bingung mencari tempat perkuliahan untuk tahap pendidikannya selanjutnya. Pengisi suara untuk iklan versi ini adalah Richard Tanuwijaya (mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010) dan Tifany (mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2009), Kathryn Khulman (mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2009), dan Rendy Sonata (mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010).

Rendy : Ah... Susah ya cari kampus yang bermutu jaman sekarang.

Tifany : Banget! Ada nggak ya, kampus yang beda?

Richard : Ya ada dong!

Rendy : Ah, lo bikin kaget aja!

Tifany : Ada? Emang di mana?

Richard : Di IBII. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.

Rendy : Emang lo daftar di IBII?

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Richard

: Udah. Gue kan direkomendasiin saudara gue yang kuliah di IBII.

Nah, ini ada orangnya!



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Kathryn

: Ada apa ya?

Tiffany

: Kenapa nyaranin di IBII, Kak?

Kathryn

: Karena di IBII mempunyai program studi unggulan.

Rendy

: Memang ada apaan aja, Kak?

Kathryn

: Ada program studi Akuntansi, Manajemen, Ilmu Administrasi Bisnis,

Teknik Informatika, Sistem Informasi, dan Ilmu Komunikasi.

Richard

: Mau tau info lebih lengkapnya nggak? Buka aja webnya. Di

www.ibii.ac.id. Atau nggak, langsung datang aja ke kampus IBII.

Kathryn

: Iya, di Jalan Yos Sudarso, Kavling 87, Sunter, Jakarta Utara, atau

telepon aja di 6530-7062.

Rendy

: Bentar, bentar, Kak. Ulangin dong nomor teleponnya.

Kathryn

: 6530-7062.

Richard

: Buruan daftar deh, lo pada! Daripada jadi Andy Lau!

Rendy & Tiffany

: Loh, kok tiba-tiba Andy Lau?

Kathryn

: Antara Dilema dan Galau!

(semua tertawa)

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 3

TRANSKRIP IKLAN RADIO KAMPUS INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE VERSI KEDUA

Ilana radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Indonesia Kwik Kian Gie mempunyai satu versi lagi adalah dengan menggunakan 2 (dua) orang sebagai pengisi suara untuk iklan yaitu Ilona (mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010) dan Frank (mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2005), dengan tema pusat masa depan yang menyediakan kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebagai kampus yang menawarkan masa depan yang cerah untuk mahasiswa yang mendaftar di kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

(SFX: cuts telepon dan suara menunggu panggilan)

Ilona : Pusat masa depan 087, bisa dibantu?

Frank : Mbak, saya minta nomor telepon kampus yang menawarkan masa depan yang cerah dong!

Ilona : Kok tanya ke kami?

Frank : Loh, pusat masa depan kan? Berarti bisa dong, ngasih info.

Ilona : Oke, saya bantu. Menurut database kami, ada *Kwik Kian Gie School of Business* di daerah Sunter.

Frank : Alamatnya di mana?

© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Iлона

: Di Jalan Yos Sudarso, Kavling 87, Sunter, Jakarta Utara.

Frankie

: Yang dulunya kampus IBII ya? Keren tuh kayaknya. Nomor teleponnya?

Iлона

: Nomor teleponnya di 6530-7062.

Frankie

: Kalau program studinya?

Iлона

: Ada *Business Accounting, Business Management, Business Information System, Communication, Business Informatics, dan Business Administration.*

Frankie

: Kwik Kian Gie *School of Business* kayaknya masa depan gua banget tuh!

Iлона

: Iya! Datang aja ke *open house* tanggal 20 Januari 2013.

Frankie

: Sebentar lagi. Tadi teleponnya 6530-7062 kan?

Iлона

: Yap, telepon aja atau kunjungi www.kwikkiangie.ac.id.

Kwik Kian Gie *School of Business. We educate professionals, corporate leaders, and entrepreneurs.*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.




LAMPIRAN 4

Bukti Siar Iklan Radio Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang disiarkan di stasiun radio 98.7 Gen FM selama periode Mei 2013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



PT. RADIO ATTAHIRIYAH
Menara Imperium Lt. P7
Jl. HR. Rasuna Said Kav. 1
Jakarta Selatan 12980
Tel: 021-83706934 Fax: 021-83707172


LAPORAN SIAR

Produsen: IBII
Pengiklan: IBII
Produk: KWIK KIAN GIE SCHOOL

No Order: (13/05/GJ/0027)
Nomer Invoice: 13/05/G/095
Masa Siar: 23/05/13 - 31/05/13

2 - GEN FM	
SPOT_PT-SORE	
23/05/13 16:37:05 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13	23/05/13 17:37:17 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13
23/05/13 20:38:42 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13	24/05/13 18:57:10 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13
24/05/13 21:19:27 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13	27/05/13 18:54:24 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
28/05/13 16:56:41 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	29/05/13 17:40:04 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
29/05/13 20:31:10 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	30/05/13 18:19:31 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
30/05/13 20:16:01 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	31/05/13 17:21:21 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
31/05/13 19:40:43 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	
Sub-Total Spots	13
SPOT_RT-SIANG-2	
23/05/13 14:47:16 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13	24/05/13 13:33:03 Spot IBII - Kwik Kian Gie 23-24 Mei '13
27/05/13 13:49:28 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	28/05/13 14:32:00 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
29/05/13 13:29:48 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	30/05/13 14:47:28 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13
31/05/13 14:46:44 Spot IBII - Kwik Kian Gie Start 25 Mei '13	
Sub-Total Spots	7
Total Spots	20

JAKARTA, 31 Mei 2013



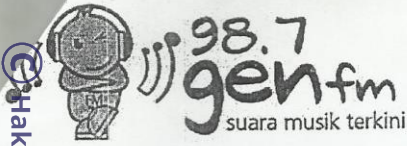
Christie Augusta
Program Director

End of Report

DOKUMEN INI SAH DAN BENAR TELAH DIKELUARKAN OLEH PT. RADIO ATTAHIRIYAH
TANPA HARUS MENCANTUMKAN TANDA TANGAN PEJABAT YANG BERWENANG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PT. RADIO ATTAHIRIYAH

Menara Imperium Lt. P7
Jl. HR. Rasuna Said Kav. 1
Jakarta Selatan 12980
Telp: 021-83706934 * Fax: 021-83707172

- GEN FM
LIBS_RT-SIANG

30/05/13 11:29:24 Adlib IBII - Kwik Kian Gie Pendaftaran Juni '13 30/05/13 14:29:07 Adlib IBII - Kwik Kian Gie Pendaftaran Juni '13
Sub-Total Spots 2

Total Spots 2

LAPORAN SIAR

Produsen: **IBII**
Pengiklan: **MNI**
Produk: **KWIK KIAN GIE SCHOOL**

No Order: **237-MNI-04-2013 - (13/05/GJ/0078)**
Nomer Invoice: **13/05/G/110**
Masa Siar: **29/05/13 - 30/05/13**

JAKARTA, 31 Mei 2013



Christie Augusta
Program Director

End of Report

DOKUMEN INI SAH DAN BENAR TELAH DIKELUARKAN OLEH PT. RADIO ATTAHIRIYAH
TANPA HARUS MENCANTUMKAN TANDA TANGAN PEJABAT YANG BERWENANG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

FAX NO. : 65314654

2 May 2013 10:00AM P1

Dari 8 Kampus Kwik Kian Gie

TANGGAL : 24 April 2013


98.7 gen fm
suara musik terkini


**98.7 Gen FM - Kwik Kian Gie School
May-13**

No	Bentuk	1 s/d 2	7	PT	60 detik	13	1,400,000	18,200,000
1	SPOT	1	7	RT	60 detik	7	1,100,000	7,700,000
TOTAL PROMO GEN FM						20		
						GROSS AIRTIME VALUE		25,900,000
						Paid value		20,720,000
						(Termasuk PPN 10%)		22,792,000

SYARAT & KETENTUAN:

1. PO ini berlaku sebagai alat penagihan yang sah.
2. Payment before broadcast bagi klien baru. Bukti pembayaran harap dikirim via fax/e-mail
3. No. Rekening Gen FM Bank CIMB Niaga : 341-01-000-36-008 a/n: PT. Radio Attahiriyah cab. Menara Imperium
4. Materi harus diterima H-5 sebelum periode penyiaran
5. Surat pembatalan iklan paling lambat kami terima H-30 sebelum iklan tayang. Bila lewat dari waktu yang ditentukan tersebut akan dikenakan biaya pembatalan sebesar 30% dari total pemesanan iklan
6. Re-order iklan yang telah dibatalkan, akan kami sesuaikan dengan kapasitas space yg tersedia
7. Klien mengirimkan data perusahaan (alamat dan No. NPWP) sebelum periode siar dimulai.
8. Space sewaktu - waktu dapat berubah setiap jam nya.
9. Untuk persetujuan terhadap PO ini harus di tandatangani dan distempel (cap perusahaan)
10. Invoice dan bukti siar akan dikirimkan pada tanggal 15 setiap bulannya.


 (Rani)
Business Executive


 (.....)
 Nama Jelas & Cap Perusahaan

4 tanggal 23 Mei s/d 31 Mei 2013.

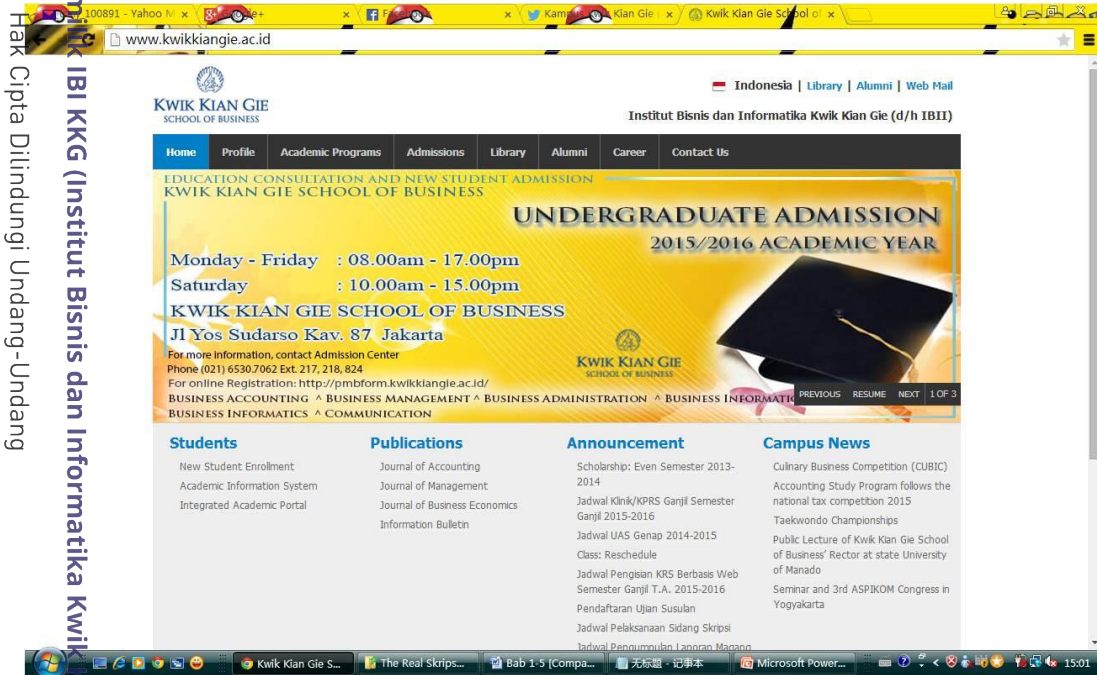
Up: Rani

fax : 021-8370 7172.

LAMPIRAN 5

Tampilan halaman *home* dari *website* Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Gie (Sumber: <http://www.kwikkiangie.ac.id/>)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 6

Kegiatan Presentasi yang Dilakukan di Sekolah, yang dilakukan oleh alah satu representatif dari kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sedang menjelaskan tentang kampus kepada calon mahasiswa. Kegiatan ini berlangsung dalam acara Edufair SMA Xaverius 1 Palembang, pada tanggal 30 Oktober 2014.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dililik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 7

Team *Marketing* dari kampus melakukan presentasi dalam acara *Edufair* “Ayo Sekolah, Ayo Kuliah” di Katedral, Jakarta, pada tanggal 7 Februari 2015.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.