

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Naura Saraswati Herningtyas**

**Strategi Komunikasi Pemasaran English Café dalam menarik anggota kursus baru di Kota Yogyakarta 2012 - 2018**

**Tahun Skripsi : 2018 + 144 halaman + 23 gambar + 4 tabel**

**Daftar Pustaka : 24 Buku + 7 Jurnal + 7 Sumber Online**

Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan bentuk usaha lembaga dalam menginformasikan produk dan merek kepada pihak luar baik kepada khalayak sasaran maupun mitra usaha. English Café adalah sebuah bisnis jasa yang bergerak pada sektor pendidikan. Bisnis ini memiliki peluang yang besar terkhusus di Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar di Indonesia. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran English Café dalam menarik anggota kursus baru (2) Faktor pendukung dan faktor penghambat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan English Café dalam menarik anggota kursus baru. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengambilan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposeful sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman (1994). Berdasar pada hasil penelitian secara menyeluruh yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa English Café sebagai lembaga kursus Bahasa Inggris pertama di Indonesia yang memiliki konsep belajar di café pada tahap pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran English Café melakukan kegiatan promosi offline dan online meliputi iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan dan Hubungan Masyarakat dan komunikasi mulut-ke-mulut. Kegiatan komunikasi pemasaran yang menjadi unggulan yaitu kerjasama. Tidak hanya bekerja sama dengan café terkemuka yang ada di Yogyakarta, English Café juga bekerja sama dengan perusahaan terkemuka dengan membuka membuka peluang kerjasama dan *sponsorship* kepada khalayak umum berpengaruh besar terhadap peningkatan anggota kursus setiap tahunnya.

**Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi, English Café Yogyakarta**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Departement of Communication Science**

**Concentration of Public Relations**

**Naura Saraswati Herningtyas**

**Marketing Communication Strategy English Café In Attracting of New Member in Yogyakarta City year 2012 - 2018**

**Year of Undergraduate Thesis : 2018 + 144 Pages + 23 Images + 4 Table**

**References : 24 Books + 7 Journal + 7 Online Sources**

The marketing communication activities as an effort of a company are intended to inform product and brand to target audience or business partners. In this research, the researcher discussed the marketing communication strategy in attracting the interest of new member in Yogyakarta City. English Cafe Yogyakarta as the first language courses institution in Indonesia which has the concept of learning in the café. The research aimed to find out (1) The stages of Marketing Communication Strategy of English Café in increasing the number of member (2) The supporting factors and inhibiting factors the Marketing Communication Strategy in English Café. The method of the research was descriptive qualitative with the sampling technique used in this research was purposeful sampling technique. The sources of the data were taken from primary data obtained from in-depth interview and and documentation documentation and library studies. Technique of analyzing data used was Miles and Huberman model (1994). Based on the analysis conducted can be concluded that the marketing communication strategies of English Cafe Yogyakarta as the first language courses institution in Indonesia which has the concept of learning in the café using offline and online promotion which including advertising, direct marketing, interactive marketing, sales promotion and public relations and communication word-of-mouth. Marketing communication activities of English Café which became the main promotion are partnership. In addition to the cooperation with the leading café in Yogyakarta, English Café also collaborates with leading companies with using opening partnership and sponsorship opportunities open to the public effectively increasing the number of member course English Cafe about every year.

**Keywords : Strategy, Marketing communication, promotion mix, English Café Yogyakarta**