

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Aditya Rahman Hafidz
Strategi Promosi Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2015-2016
Tahun Skripsi : 2016, 85 halaman
Daftar Pustaka : 14 buku + 3 jurnal + 5 media online + 2 sumber lain

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan aktivitas strategi promosi yang dilakukan oleh Biro Penmaru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam menarik calon mahasiswa baru. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana aktivitas strategi promosi Biro Penmaru UMY dalam menarik calon mahasiswa baru. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Lingkar Barat Tamantirto, Kasihan, Bantul-Yogyakarta. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Dari hasil penelitian dapat diketahui Biro Penmaru UMY menggunakan yaitu *roadshow*, pameran pendidikan, kunjungan wisata kampus, dan mudik promosi pada saluran personal. Sedangkan pada saluran non-personal menggunakan media massa seperti koran, televisi, radio, *billboard* dan media internet seperti *website* dan sosial media.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi, Studi deskriptif, Mahasiswa baru

ABSTRACT

***Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Studies
Concentration Advertising
Aditya Rahman Hafidz
Promotion Strategy Bureau Admissions of University Muhammadiyah
Yogyakarta in Attracting New Students in Year 2015-2016
Thesis Year: 2016, 85 pages
Bibliography: 14 books + 3 + 5 media online journal + 2 other sources***

This study discusses how the application of activity in promotion strategies undertaken by the Bureau Admissions of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) in attracting new students. The purpose of this study is to describe how the activity promotion strategies Bureau Admissions of UMY in attracting new students. The method used is descriptive qualitative. The study was conducted in the Bureau Admissions of UMY, Jl. Lingkar Barat Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Data were collected through interviews and documentation. Data analysis in this study uses data triangulation technique. From the research it can be seen that the Bureau Admissions of UMY using roadshows, educational exhibitions, campus tour visit, and going home sale on personal channel. While in the non-personal channels using mass media such as newspapers, television, radio, billboards and the Internet media such as websites and social media.

Keywords: Promotion Strategy, Promotions, descriptive studies, new students