

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu komunikasi

Konsentrasi :*Public Relations*

Helen Isworini

**STRATEGI PROMOSI AKADEMI KEBIDANAN BANGKA BELITUNG
DALAM MENARIK MAHASISWA BARU TAHUN 2013-20134**

Tahun Skripsi : 2014, 115 halaman + 13 lampiran

Referensi : 21 buku + 9 internet

Banyak bermunculannya Perguruan Tinggi Swasta khususnya yang membuka jurusan Kebidanan membawa iklim persaingan tersendiri bagi Akademi Kebidanan Bangka Belitung (Akbid Babel) yang merupakan Perguruan Tinggi Swasta pertama di bidang kebidanan. Untuk itu diperlukan suatu strategi promosi untuk dapat menarik mahasiswa baru agar mereka melanjutkan kuliahnya di Akademi Kebidanan Bangka Belitung.

Penelitian ini merupakan studi kasus. Adapun informan/nara sumber adalah Bagian pemasaran dan pengembangan Akademi Kebidanan Bangka Belitung, Ibu Lili Noviati, Koordinator Ujian Masuk Mahasiswa Baru Akbid Babel (Akademi Kebidanan Bangka Belitung) 2013 serta Beberapa Mahasiswa Akademi Kebidanan Bangka Belitung Angkatan Tahun 2013/2014. Penelitian ini berlokasi di Jl Raya Pasir Padi Air Itam, Kota Pangkal Pinang, Kep. Bangka Belitung. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan uji keabsahan data menggunakan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian sehubungan dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung dalam menarik mahasiswa baru menunjukkan bahwa Perencanaan yang dilakukan oleh Akbid Babel dalam rangka kegiatan promosi dalam beberapa hal sudah cukup matang misalnya untuk penentuan segmentasi, tujuan, perencanaan pesan. Namun dalam hal pemilihan media masih kurang. Begitu juga dengan perencanaan budget tidak disusun secara sistematis untuk alokasi jenis media promosi sehingga belum tersistematis untuk perencanaan anggaran. Ditinjau dari pelaksanaannya, penggunaan *promotional mix* dalam kegiatan promosi sudah sesuai hanya saja mungkin perlu dilakukan beberapa bentuk promosi lain yang lebih menarik dan beda dari biasanya. Hingga saat ini evaluasi secara rinci terhadap pelaksanaan kegiatan promosi yang sudah dilakukan belum pernah dilakukan oleh Akbid Babel. Mereka hanya merencanakan promosi secara terus menerus agar mendapatkan mahasiswa baru yang lebih banyak, tetapi belum melakukan evaluasi terhadap media promosi yang mereka gunakan efektif atau tidak untuk melakukan kegiatan promosi.