

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Broadcasting*

Zia Khusnun Amalia

20130530301

Strategi Promosi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)

Yogyakarta dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun 2019/2020

Tahun Skripsi: 2020 + 241 halaman + 21 halaman lampiran + 3 bagan + 3 tabel + 70 gambar

Daftar Pustaka: 42 buku + 10 jurnal + 3 internet

Penelitian ini mendeskripsikan strategi promosi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) dalam menarik calon mahasiswa baru tahun 2019/2020. Sebagai salah satu perguruan tinggi pariwisata yang mempunyai mahasiswa terbanyak di Yogyakarta, STIPRAM tetap melakukan strategi promosi di setiap tahun ajaran baru agar dapat bersaing dengan kompetitor. Di era *millennials* seperti sekarang, *roadshow* ke sekolah-sekolah konsisten dilakukan STIPRAM agar bisa berinteraksi langsung dengan para calon mahasiswa.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini mengumpulkan informasi, mengidentifikasi, mendeskripsikan, menggambarkan dan mengevaluasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari wawancara dan dokumentasi. Selain itu, untuk teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri atas reduksi data, *data display*, dan juga *conclusion drawing*. Lalu untuk validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh STIPRAM terdiri dari perencanaan promosi, pelaksanaan promosi, dan evaluasi promosi. Pada tahap perencanaan dilakukan sesuai dengan tujuan promosi yaitu menarik calon mahasiswa baru. Pada tahap pelaksanaan, STIPRAM menggunakan bauran promosi berupa *advertising*, *personal selling* dan *public relations*. Sedangkan untuk evaluasi, STIPRAM menggunakan grafik sederhana untuk menganalisis data mahasiswa.

Kata Kunci : Strategi Promosi, STIPRAM, Mahasiswa, Periklanan

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Communication Sciences
Broadcasting
20130530301

The Promotion Strategy of Ambarrukmo Tourism Institute of Yogyakarta (STIPRAM) in Attracting Prospective New Students Batch 2019/2020
Year: 2020 + 241 pages + 21 attachments + 3 diagrams + 5 tables + 70 pictures
Bibliography: 42 books + 10 journals + 3 internet

This research describes the promotion strategy of Ambarrukmo Tourism Institute of Yogyakarta (STIPRAM) in Attracting Prospective New Students Batch 2019/2020. As one of the largest tourism students in Yogyakarta, STIPRAM still do a promotional strategies in each year in order to compete with competitors. In this millennials era, roadshow from school to school constantly performed by STIPRAM so they can interact directly with prospective students.

The research method used is descriptive qualitative research method. This research will collect information, identify, describe, and evaluate everything related to the problem researched on the object of research. Data collection techniques in this study consisted of interviews and documentation. In addition, for data analysis techniques in this study consists of data reduction, display data, and also conclusion drawing. Then for data validity, this research uses triangulation technique of data source.

The results showed that promotion strategy conducted by STIPRAM consisted of promotion planning, implementation of promotional mix, and evaluation of promotion. The planning process is done in accordance with the purpose of promotion, which attract prospective new students. Then for the implementation, STIPRAM uses promotion mix include advertising, personal selling, public relations. While for evaluation, STIPRAM uses simple graphs to analyze student data.

Keywords: Promotion Strategy, STIPRAM, Student, Advertising