

ABSTRAK

NIM : 55216110074, **Judul** : STRATEGI PROMOSI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU (STUDI KASUS: KOMUNIKASI PEMASARAN UNIVERSITAS DARMA PERSADA)

Jumlah Hal : xiv + 127 hal

Penelitian ini bertujuan untuk melihat untuk mendapatkan pendalaman secara komprehensif mengenai strategi promosi jemput bola dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Drama Persada. Penelitian ini dilakukan di Biro Pemasaran dan Hubungan Masyarakat (BPH) UNSADA yang melaksanakan seluruh kegiatan promosi Unsada serta membangun hubungan dengan relasi-relasi yang akan bekerjasama dengan UNSADA. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SOSTAC.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kegiatan promosi yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah calon mahasiswanya. Berdasarkan data PMB pada Tahun Akademik 2015/2016 dari Periode Februari sampai dengan Periode September, dan gelombang khusus penerimaan mahasiswa baru di Universitas Darma Persada sebanyak 1.721 mahasiswa. *Promotion mix* (bauran promosi) yang sudah dilakukan Universitas Darma Persada adalah strategi terintegrasi *advertising*, strategi terintegrasi *direct selling*, dan strategi terintegrasi *public relations*.

Kata Kunci : IMC, SOSTAC



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

NIM : 55216110074, Title : PRO-ACTIVE PROMOTION STRATEGY TO INCREASING THE NUMBER OF NEW COLLEGE STUDENT (A CASE STUDY ON THE MARKETING COMMUNICATION OF DARMA PERSADA UNIVERSITY)

Number of Pages : xiv + 127 Pages

This research is aimed to provide a more comprehensive understanding on the pro-active promotion strategy launched to increase the number of new college student at Darma Persada University (UNSADA). The research is conducted at the Bureau of Marketing and Public Relation (BPH) UNSADA which is responsible for the university's promotion program and bridging connection with all related parties intending to build a cooperation with UNSADA. SOSTAC analysis is implemented for this research.

The conclusion of this research shows that consistent promotion activities could effectively increase the number of new college students. According to the 2015/2016 New Students Enrollment Program (PMB) during the period of February to September, and the special scheme of new student enrollment, Darma Persada University managed to grab 1,721 new students. Mixed promotion strategy launched by Darma Persada University is an integrated strategy of advertisement, direct selling, and public relation program.

Keywords : IMC, SOSTAC

UNIVERSITAS
MERCU BUANA