

ABSTRAK

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah bagaimana implementasi *direct selling* yang dilakukan STSN, sehingga target calon mahasiswanya dapat tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *direct selling* dalam pemasaran STSN. Metode penelitian yang digunakan studi kasus. *Key informan* pada penelitian ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling* sesuai dengan kriteria dari *key informan*. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan Analisis Data Kualitatif. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi pemasaran STSN adalah untuk merekrut siswa-siswi berkualitas baik yang berpotensi secara akademik maupun non akademik. Dalam merekrut calon mahasiswanya, STSN melakukan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran yaitu: Sosialisasi STSN, *Help Desk* SPMB, *Website* SPMB, dan Media Sosial. Rekomendasi strategi komunikasi pemasaran yang dapat STSN gunakan adalah sosialisasi. Ruang lingkup sosialisasi dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan kontrol.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Direct Selling*, STSN.

ABSTRACT

On this research, the object of research is how to implementing direct selling on STSN, so that the target of matriculates can be reached. The objective of this research is to know the direct selling implementation in STSN marketing. Research method that used is study case. The key informant on this research determined by purposive sampling, appropriate with criteria from the key informant. Data collecting use the dept interviews, study bibliography, and study of documents. Data analyzing use qualitative method. Validity check of data use triangulation of data source. Based on the result of research and working through, can be concluded that the objective of STSN marketing communication is to recruit the high qualities students which have potential in academics and non academics. When recruiting the matriculates, STSN doing some marketing communication activities, that consist of, STSN socialization, SPMB Help Desk, SPMB Website, and social media. Strategy recommendation of marketing communication that can be used by STSN is socialization. Scope of socialization begins from planning, implementation, and control.

Keywords: Marketing Communications, Direct Selling, STSN.