



**ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
COMMUNICATION MAJOR
MERCU BUANA UNIVERSITY**

Khafizah Khairunnisa (44311010016)
Strategi Promosi Universitas Mercu Buana Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Periode 2015
Promotion Strategy MercuBuana University on Increase Member of Student period 2015
5 Part + 105 pages + 31 Guide Books + 9 Internet Sites + 42 attachment

ABSTRACT

In Indonesia, the competition of University is really tight, this thing make the increase of the student for the university. For increasing student, there are need a truly right and good promotion. This research show about “ What strategy Mercubuana University used for their targets to increase the new student period 2015”.

The research used marketing communication theory, communication as the tools, promotion, promotion strategy, and marketing communication on education company, strategy promotion planning, description of STP, description of SWOT, promotion targets and others.

Research used study case method, and descriptive, research which is used qualitative method, the technic of data collect is from in depth interview and observation. Researcher describe about the planning of marketing strategy until the promotion held of MercuBuana University based on research location.

The research show about Promotion Strategy MercuBuana University for increasing new student period 2015. They used so many tools of promotion and used tagline “*World Class University*” as the best marketing strategy.

The conclusion of this research’s the promotion held by ATL and BTL mix with service *promotion mix*, beside that the anotherpromotion’s used scholarship, discount and many other. Promotion held by promotion team include Jakarta and some Island in Indonesia. Promotion gun’s by the presentation held into the schools.



**ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Khafizah Khairunnisa (44311010016)
Strategi Promosi Universitas Mercu Buana Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Periode 2015
5 Bab+105 Halaman+31 Refrensi Buku+9 Situs Internet+42 Lampiran**

ABSTRAK

Persaingan antar perguruan tinggi swasta di Indonesia sangatlah ketat, hal ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah mahasiswa. Oleh karena itu diperlukanlah sebuah konsep strategi promosi yang tepat. Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana strategi promosi Universitas Mercu Buana dalam meningkatkan mahasiswa baru periode tahun 2015.

Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Sebagai Alat Pemasaran, Promosi, Strategi Promosi, Strategi dan Komunikasi Pemasaran Institusi Pendidikan, Perencanaan Membuat Strategi Promosi, Deskripsi STP, Deskripsi SWOT, Pelaksanaan Promosi, Bauran Promosi untuk Pemasaran Jasa.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dan bersifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Penulis memberikan gambaran bagaimana rancangan strategi promosi perusahaan sehingga sampai kepada tahap kegiatan promosi yang dilakukan oleh tim promosi Universitas Mercu Buana yang sebagaimana yang penulis dapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai Strategi Promosi Universitas Mercu Buana Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Periode Tahun 2015. Universitas Mercu Buana menerapkan berbagai macam proses untuk promosi. *WORLD CLASS UNIVERSITY* dijadikan salah satu keunggulan Universitas.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh tim menggunakan cara ATL dan BTL dengan bauran promosi pemasaran jasa, selain itu promosi lainnya terdapat beasiswa dan potongan biaya gelombang. Kegiatan promosi ini dilakukan tidak hanya disekolah dalam Kota melainkan Luar Kota juga. Promosi yang dijadikan sebagai senjata utama adalah Presentasi ke sekolah – sekolah .