UNIVERSITAS
GADJAH MADA
THE IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX ELEMENTS IN THE PROMOTION OF PMB 2019 BY PUBLIC RELATIONS OF SV UGM
GASA ARI PAMUNGKAS, Cisya Dewantara Nugraha S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Tugas Akhir ini menganalisa strategi promosi yang dilakukan Humas SV UGM untuk mempromosikan PMB (Penerimaan Mahasiswa Baru) SV UGM. Hal ini dilatarbelakangi oleh rasa ingin tahu akan bagaimana cara Humas SV UGM mempromosikan PMB SV UGM mengingat di tahun ini, SV UGM membuka 13 program Sarjana Terapan sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai PMB SV UGM. Informasi diperoleh dari studi lapangan dan perpustakaan. Ketika melakukan studi lapangan yaitu di Gedung Sekolah Vokasi UGM, penulis melakukan wawancara dengan Manajer Humas SV UGM dan beberapa staf di SV UGM. Penulis juga merekam, mencatat, mengambil foto, dan juga memperoleh beberapa dokumen terkait. Dalam studi pustaka, penulis melakukan penelitian dengan membaca buku, dan artikel online. Data disajikan dalam bentuk deskriptif yang telah disusun melalui observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Humas SV UGM dalam mempromosikan PMB SV UGM adalah *press conference*, *open house*, iklan media cetak, dan media *online* sebagai sarana promosi.

Kata Kunci: *Promosi, Humas, PMB, SV UGM*.

THE IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX ELEMENTS IN THE PROMOTION OF PMB 2019 BY PUBLIC RELATIONS OF SV
UGM
GASA ARI PAMUNGKAS, Cisya Dewantara Nugraha S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This paper analyzes the promotion strategies carried out by PR of SV UGM to promote PMB (*Penerimaan Mahasiswa Baru* - New Student Admission) of SV UGM. This is motivated by the curiosity about how the PR of SV UGM is promoting PMB of SV UGM since this year, SV UGM opened the 13 *Applied Bachelor* programs so that the public might need to gather information about the PMB of SV UGM in most detail. The information is obtained from field studies and literature studies. When conducting a field study, in Sekolah Vokasi UGM Building, the writer conducted an interview with Manager of Public Relations of SV UGM and several staff in SV UGM. The writer also took notes, records, takes photos, and also obtains several related documents. In the literature study, the writer conducted research by reading books and online articles. Data is presented in descriptively form which has been compiled through observation. The results showed that the strategies used by Public Relations of SV UGM in promoting PMB of SV UGM started from press conferences, open houses, using print media, and online media as a promotion strategy.

Keywords**:** *Promotion, PR, PMB, SV UGM.*