

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang profil Pusat Pengembangan Bahasa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan untuk menganalisis media promosi yang digunakan oleh P2B UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh karena itu, saya menganalisis media promosi dengan menggunakan Analisis SWOT untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman untuk media promosi yang digunakan oleh P2B UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi pustaka dan studi lapangan. Studi perpustakaan dilakukan dengan membaca buku-buku dari perpustakaan dan membaca jurnal. Saya menggunakan buku edisi 5 dari Belch berjudul *Advertising and Promotion* tentang media promosi sebagai referensi utama saya untuk tugas akhir ini. Studi lapangan dilakukan dengan observasi di P2B dan mewawancarai siswa Yogyakarta dan juga staf akademik P2B. Setelah mengumpulkan data wawancara, data dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan jenis media promosi untuk dianalisis. Kekuatan media promosi P2B adalah kelengkapan data pada setiap gambar dan informasi yang diunggah staf pada media sosial P2B. Kelemahannya yaitu P2B jarang mengunggah di media sosial. Meningkatkan jumlah pengikut pada sosial media P2B dapat menjadi peluang bagi P2B untuk mendapatkan lebih banyak siswa dan peserta ujian. Yang terakhir, ancaman bagi media promosi P2B adalah institusi lain yang baik dalam promosi dan memiliki pengikut yang lebih aktif.

Kata kunci: Analisis SWOT, Media promosi, P2B.

ABSTRACT

This final paper aims to give information about the profile of the Language Development Center of the State Islamic University or in Indonesian known as Pusat Pengembangan Bahasa Universitas Islam Negeri (P2B UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta and to analyze the promotional media used by P2B UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Therefore, I analyze the promotional media by using the SWOT Analysis in order to find out Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats for the promotional media used by P2B UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. The methods of data collection used are through library studies and field studies. The library study was done by reading books from library and reading journals. I use Belch's 5th edition book titled Advertising and Promotion about promotional media as my main reference for this study. Field studies were conducted by observation in P2B and interviewing Yogyakarta students and also P2B academic staff. After collecting interview data, the data was compiled and analyzed based on the type of promotional media to carry out the SWOT analysis. The strength of P2B's promotional media is the data completeness on each picture and information the staff post on P2B social media. The weakness is P2B post rarely on its social media. Growing the follower number can be the opportunity for P2B to get more students and test taker. The last, the threat for P2B promotional media is other institutions that are good in promotion and have more active followers.

Keywords: SWOT Analysis, Media Promotion, P2B.