

## ABSTRACT

The interest of the new students to enroll to the College University of Higher Education will be happen if some University make some breakthrough, especially achieved in the promotion media. Developing and packaging of concept will be shown at the promotion will give have an impact on the student's curiosity to find out more information about the campus. To improve about the system, we need to study in determining the influence of using film as media for promotion in increasing student interest to enroll to the unversity, especially in STMIK Duta Bangsa Surakarta.

This study explain aboutthe influence of using film as media for promotion in increasing student interest to enroll to the unversity with a focus on films that was made by researchers with backgrounds mostly taking pictures in campus of STMIK Duta Bangsa Surakarta. This method has done in order to that students can understand about the condition of the existing campus in the film that was made after the film shown.

The study used 273 data respondents were obtained through questionnaires in class XII students. The respondents were divided into two groups: control group and the experimental group. Questionnaires were given to each group twice, that is pre-test and post-test of the data that obtained results test. Reusult of standard deviation of the difference between  $\bar{x}_1 = 303.125$  and  $\bar{x}_2 = 474.667$  is 68.96. While the value of the results obtained  $t_{hitung} = 12.188$ . Because  $t_{hitung} = 12.188 < -2.069 = t_{tabel}$ , then  $H_0$  rejected  $H_1$  and accepted, it means that the experimental group significant has changes between the value of the questionnaire respondents without treatment with the value of the questionnaire respondents with treatment. This shows that there is significant influence of media use on promotional films for students to enroll in college.

**Keywords** : film, Promotion, Student Interests

## INTISARI

Ketertarikan calon mahasiswa baru untuk mendaftar di Perguruan Tinggi akan terjadi bilamana Perguruan Tinggi tersebut melakukan terobosan-terobosan khususnya pada bidang promosi. Perbaikan konsep dan kemasan yang ditunjukkan pada saat promosi setidaknya akan berdampak pada keingintahuan siswa untuk mencari informasi lebih lanjut tentang kampus tersebut. Untuk perbaikan sistem tersebut, maka diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui pengaruh media film untuk promosi khususnya pada STMIK Duta Bangsa Surakarta.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh penggunaan media film untuk promosi terhadap minat siswa dalam mendaftar di Perguruan Tinggi dengan fokus pada film yang dibuat oleh peneliti dengan latar belakang sebagian besar mengambil gambar pada kampus STMIK Duta Bangsa Surakarta. Cara ini dilakukan agar siswa dapat mengetahui kondisi kampus yang ada pada film tersebut setelah film tersebut ditayangkan.

Penelitian menggunakan data dari 273 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada siswa kelas XII. Responden dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok *control group* dan *experiment group*. Kuesioner diberikan pada masing-masing kelompok sebanyak dua kali yaitu *pre-test* dan *post-test*. Hasil pengolahan data diperoleh hasil berupa nilai standar deviasi dari selisih antara  $\bar{x}_1 = 303.125$  dan  $\bar{x}_2 = 474.667$  adalah 68,96. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  diperoleh hasil sebesar  $-12.188$ . Karena  $t_{hitung} = 12.188 < -2.069 = t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya pada *experiment group* terjadi perubahan yang signifikan antara nilai kuesioner dari responden tanpa perlakuan dengan nilai kuesioner dari responden dengan perlakuan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media film untuk promosi pada siswa untuk mendaftar di Perguruan Tinggi.

**Kata kunci** –Film, Promosi, Minat Siswa