



INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang Puri Bahasa Indonesia profil dan kegiatan promosi yang dilakukan Puri Bahasa Indonesia (PBI). PBI merupakan institusi program bahasa Indonesia untuk penutur asing yang berbasis lokal bertempat di Pakualaman, Yogyakarta yang mempunyai kurikulum berdasarkan standar nasional di Indonesia. PBI didirikan pada tahun 1992 untuk menampung peningkatan jumlah pelajar asing yang belajar bahasa Indonesia di Indonesia.

Metode pengumpulan data dalam tugas akhir ini adalah studi lapangan dan pustaka. Studi lapangan terdiri dari observasi dan wawancara pribadi. Data yang diperoleh dilakukan dengan mengambil magang di Puri Bahasa Indonesia dari tanggal 16 Januari sampai 24 Februari 2017. Untuk studi pustaka, penulis mengumpulkan dan menggunakan beberapa referensi seperti buku, artikel web, dan jurnal yang terkait dengan judul tugas akhir ini. Kemudian, penulis mengumpulkan data yang diperoleh dan menyusunnya menjadi tugas akhir.

Dari kegiatan magang yang dilakukan, penulis menemukan bahwa Puri Bahasa Indonesia telah melakukan kegiatan promosi dengan menggabungkan kegiatan pemasaran dan Public Relations (PR). Kegiatan pemasaran terdiri dari pengiklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, mulut ke mulut, dan pemasaran dengan internet. Untuk memperluas kegiatan promosi, Puri Bahasa Indonesia melakukan kegiatan Public Relations dengan menjangkau beberapa area seperti hubungan internal, hubungan media, hubungan komunitas, dan hubungan antar organisasi.

Kata Kunci: Kegiatan Promosi, *Marketing*, Public Relations, Puri Bahasa Indonesia.



ABSTRACT

This graduating paper aims to describe Puri Bahasa Indonesia (PBI) enclosing the profile and promotional activities which have been done by Puri Bahasa Indonesia (PBI). PBI is a locally-based Indonesian Language for Foreign Speakers Program (BIPA) institution located in Pakualaman, Yogyakarta in which the curriculum based on national standart of Indonesia. PBI was established in 1992 to accomodate the increasing number foreign students learning Indonesian in Indonesia.

The methods of collecting the data for this paper are field and library study. Field study contains of observation and personal interviews. The obtained data is done by taking the internship program in Puri Bahasa Indonesia from 16th January to 24th February 2017. For library study, the writer conducted and used some references such as book, website articles, and journal which are related with this paper. Then, the writer obtained the data and arranged it into graduating paper.

During the internship, the writer found that Puri Bahasa Indonesia have done promotional activities by combining marketing and public relations (PR) activities. The marketing activities consist of advertising, personal selling, sales promotion, words of mouth, and internet marketing. To expand their promotional activities, Puri Bahasa Indonesia have done Public Relations (PR) activities by reaching some areas such as internal relations, media relations, community relations, and organizations relations.

Keywords: Promotional Activities, Marketing, Public Relations, Puri Bahasa Indonesia