

## ABSTRACT

Happy Honey Bee English and Learning Centre Yogyakarta is an English educational institution for children. This institution is developing relatively fast and uses some promotional approaches that allow the institution to get more students. This research aims at observing and describing the promotion strategy that is used in Happy Honey Bee English and Learning Center.

Research methods used are observations and interviews with some of the staff and the owner of the institution. The observations conducted are to explore the marketing strategy, and the interviews were conducted in order to obtain information about marketing. The results of observation and interviews are analyzed to answer the research questions.

The results of the study reveal that Happy Honey Bee English and Learning Centre Yogyakarta use print and online media as the promotion strategy, such as brochures and social media. Besides, Happy Honey Bee also uses the outing activity such as visiting to tourism village as part of the learning activity, to make the learning process more attractive, which serves as a part of marketing strategy.

Keywords: media, promotion

## INTISARI

Happy Honey Bee English and Learning Centre Yogyakarta merupakan lembaga pendidikan yang mengajarkan Bahasa Inggris ke anak di usia sekolah. Lembaga ini berkembang relatif cepat dan mempunyai beberapa pendekatan promosi yang digunakan, yang memungkinkan lembaga tersebut mempunyai jumlah siswa yang cukup banyak. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan observasi dan mendiskripsikan strategi promosi yang dijalankan oleh Happy Honey Bee English and Learning Center.

Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dan interview kepada beberapa staff dan pemilik lembaga. Observasi dilakukan untuk mempelajari strategi pemasaran dan interview dilakukan guna mendapatkan informasi tentang pemasaran. Hasil observasi dan interview dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Happy Honey Bee English and Learning Centre Yogyakarta menggunakan media cetak dan media online sebagai sarana promosi, seperti brosur dan sosial media. Selain itu, Happy Honey Bee juga melakukan kegiatan di luar kelas seperti berkunjung ke desa wisata sebagai bagian dari aktivitas pembelajaran, untuk membuat proses pembelajaran menjadi lebih menarik, yang merupakan bagian dari strategi pemasaran.

Kata kunci: media, promosi