

INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk membahas profil SMPIT Ibnu Abbas dan analisis strategi *branding* dalam video profil SMPIT Ibnu Abbas dengan menggunakan teori *Marketing Mix 7P* oleh Phillip Kotler. Metode pengumpulan data dilakukan selama penulis melakukan magang dari tanggal 15 Maret sd 10 April 2021 di SMPIT Ibnu Abbas, melakukan wawancara dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum, dan Tata Usaha SMPIT Ibnu Abbas, dan membaca artikel dari internet sebagai studi pustaka. Tugas akhir ini menerapkan metode kualitatif dimana penulis menggambarkan peristiwa berdasarkan proyek yang telah dilakukan oleh penulis. SMPIT Ibnu Abbas telah menerapkan 5 dari 7 poin *Marketing Mix 7P*, yaitu produk, promosi, harga, tempat, proses, orang, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen yang telah digunakan dalam video projek profil SMPIT Ibnu Abbas adalah produk, promosi, tempat, orang, dan bukti fisik. Komponen-komponen tersebut digunakan oleh SMPIT Ibnu Abbas sebagai strategi branding sekolah dalam upayanya menarik minat siswa baru untuk belajar di SMPIT Ibnu Abbas.

Kata Kunci: Branding, Marketing Mix, SMPIT Ibnu Abbas, Video profil

ABSTRACT

This final project aims to discuss the profile of SMPIT Ibnu Abbas and the analysis of the branding strategy in the profile video of SMPIT Ibnu Abbas by using the 7Ps marketing mix theory by Phillip Kotler. The data collection method was conducted during the writer's internship period from March 15 to April 10, 2021, at SMPIT Ibnu Abbas, by conducting interviews with Principal, Vice-principal of Curriculum, and Administration of SMPIT Ibnu Abbas, and reading articles from the internet as the literature study. This final paper applies a qualitative method in which the author describes events based on projects that have been carried out by the author. SMPIT Ibnu Abbas has implemented 5 of the 7 points of the 7Ps marketing mix, which are product, promotion, price, place, process, people, and physical evidence. The result showed that the components that have been used in the SMPIT Ibnu Abbas video project profile are products, promotions, places, people, and physical evidence. These components were used by SMPIT Ibnu Abbas as a school branding strategy for their effort to attract new students to study in SMPIT Ibnu Abbas.

Keywords: Branding, Marketing Mix, Profile video, SMPIT Ibnu Abbas