

ABSTRAK

Dalam dunia pendidikan mempromosikan pendidikan sangatlah penting, promosi berperan menyebarkan informasi dan mempengaruhi calon peserta didik sehingga tertarik dengan lembaga pendidikan tersebut. Pemasaran pada dasarnya mencakup banyak kegiatan seperti pembujukan, publikasi, promosi dan sebagainya. Hal itu terkait dengan promosi yang dilakukan oleh universitas Muhammadiyah Jember, yaitu promosi menggunakan media *offline* dan *online*. Berbagai kegiatan promosi dilakukan dengan berbagai strategi dengan media *offline* dan *online* dengan tujuan mengenalkan dan menarik minat calon mahasiswa untuk memilih Universitas Muhammadiyah Jember sebagai perguruan tinggi swasta yang baik dan bagus untuk calon-calon mahasiswa. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah dengan dengan metode wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. metode ini dilakukan agar mendapatkan data dari pengamatan yang dilakukan dengan tertulis agar lebih relevan. Dalam tahap penelitian ini peneliti melakukannya di Unit Pelaksana Terpadu (UPT-PMB) Universitas Muhammadiyah Jember. Sebelum melakukan observasi peneliti terlebih dahulu membuat janji kepada salah satu informan di UPT-PMB. Hal itu dilakukan untuk menyesuaikan jadwal informan dan memudahkan peneliti untuk mengambil data observasi. Hasil observasi ini menunjukkan bahwa dari 4 informan mengatakan bentuk media pemasaran Universitas Muhammadiyah Jember yang dilakukan oleh UPT-PMB yaitu dengan 2 media yaitu media *offline* dan media *online* dengan beberapa strategi. Disarankan kepada UPT-PMB Universitas Muhammadiyah Jember agar lebih memperhatikan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan. Sebab evaluasi inilah yang akan menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh UPT-PMB Universitas Muhammadiyah jember. Apabila strategi telah berjalan dengan baik, tentunya patut untuk dipertahankan. Namun apabila strategi yang diterapkan gagal, diperlukan strategi lain yang lebih akurat dan efektif yang dapat dilakukan oleh pihak UPT-PMB Universitas Muhammadiyah Jember.

Kata kunci; promosi, media promosi, media *offline* dan *online*, strategi pemasaran

ABSTRACT

In the world of education, promoting education is very important, playing a role in disseminating information and influencing prospective students so that they are interested in these educational institutions. Marketing includes many activities such as persuasion, publicity, promotion, etc. This is related to the promotion carried out by the Muhammadiyah University of Jember, namely promotions using offline and online media. Various promotional activities are carried out using various strategies with offline and online media with the aim of introducing and attracting prospective students' interest in choosing Muhammadiyah Jember University as a good and good private tertiary institution for prospective students. Data collection methods used in qualitative research are interviews, questionnaires, observation, and documentation. This method is carried out in order to obtain data from observations made in writing to make it more relevant. In this observation stage, the researcher did it at the Integrated Implementation Unit (UPT-PMB) Muhammadiyah University of Jember. Before making observations the researcher first made an appointment with one of the informants at the UPT-PMB. This was done to adjust the schedule of informants and make it easier for researchers to collect observation data. The results of this observation indicate that of the 4 informants, the UPT-PMB conducted UPT-PMB media marketing, namely offline media and online media, with several strategies. It is suggested to the UPT-PMB Muhammadiyah Jember University to pay more attention to the evaluation of the strategies that have been implemented. Because this evaluation will be the key to the success of the marketing strategy that has been implemented by UPT-PMB Muhammadiyah University of Jember. If the strategy has been running well, of course, it is worth maintaining. However, if the implemented strategy fails, another more accurate and effective strategy is needed that can be carried out by the UPT-PMB Muhammadiyah University of Jember.

Keywords; promotion, promotional media, offline and online media, marketing strategy