

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PELATIHAN PROFESI (LPP)  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH SISWA  
(Studi Pada Divisi Pemasaran LPP Patriot Bangsa Kota Surakarta)**

**SKRIPSI**



disusun oleh :

**Arifullah Zuhri Arrachman**

**17.96.0136**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PELATIHAN PROFESI (LPP)  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH SISWA  
(Studi Pada Divisi Pemasaran LPP Patriot Bangsa Kota Surakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas Amikom Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar (S-1) Komunikasi



Oleh :

**Arifullah Zuhri Arrachman**

**17.96.0136**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2021**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PELATIHAN  
PROFESI (LPP) DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH SISWA**

**(Studi Pada Divisi Pemasaran LPP Patriot Bangsa Kota Surakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ariefullah Zuhri Arrachman**

**17.96.0136**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 8 Juni 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Kartikasari Yudaningsari S.I.Kom, M.A**

**NIK. 190302444**

# **PENGESAHAN**

## **SKRIPSI**

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA PELATIHAN PROFESI (LPP) DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH SISWA**

**(Studi Pada Divisi Pemasaran LPP Patriot Bangsa Kota Surakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ariefullah Zuhri Arrachman**

**17.96.0136**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 24 Juni 2021

#### **Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A**

**NIK. 19030244**

**Dwi Pella Agustina S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302360**

**Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom.**

**NIK. 190302436**

**Tanda Tangan**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 24 Juni 2021

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 24 juni 2021



Ariefullah Zuhri Arrachman

NIM. 17.96.0136

## **MOTTO**

**SEBUAH PETUALANGAN AKAN MEMBERIKAN ANDA CARA BARU DALAM  
MEMANDANG KEHIDUPAN**



## KATA PENGANTAR

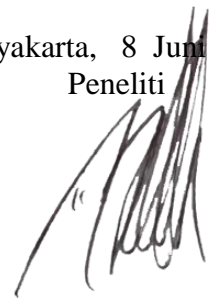
Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Pelatihan Profesi (LPP) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan yang baik ini peneliti ingin menyampaikan atau mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu mengarahkan dan memberikan dorongan dalam penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, selalu mendampingi dan selalu memberikan motivasi agar penulis dapat segera menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak dan ibu dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang akan selalu berguna bagi penulis di kemudian hari.
6. Kepada pihak LPP PATRIOT BANGSA yaitu Bapak Arrasyid, Ibu Ingrid, Mbak Sinta, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu berkerja sama dalam segala proses penelitian di LPP PATRIOT BANGSA baik dalam bentuk wawancara, dan data yang dibutuhkan penulis.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan segalanya, baik dukungan moral dan materi yang tak ternilai jumlahnya kepada peneliti.
8. Karyawan-karyawan peneliti yang bekerja pada usaha peneliti yaitu di Kedai Info Coffee and Tea, Goldy Ziggi, Raynor, dan Pras yang selalu memberikan semangat setiap waktu.
9. Teman-teman kelas Ilmu Komunikasi angkatan 2017 khususnya kelas IK-02.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata yang sempurna. Oleh karena itu penulis menghargai segala macam saran dan kritik serta masukan yang membangun dalam rangka menjadikan skripsi ini lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.

Yogyakarta, 8 Juni 2021  
Peneliti



(Arifullah Zuhri Arrachman)

## Daftar Isi

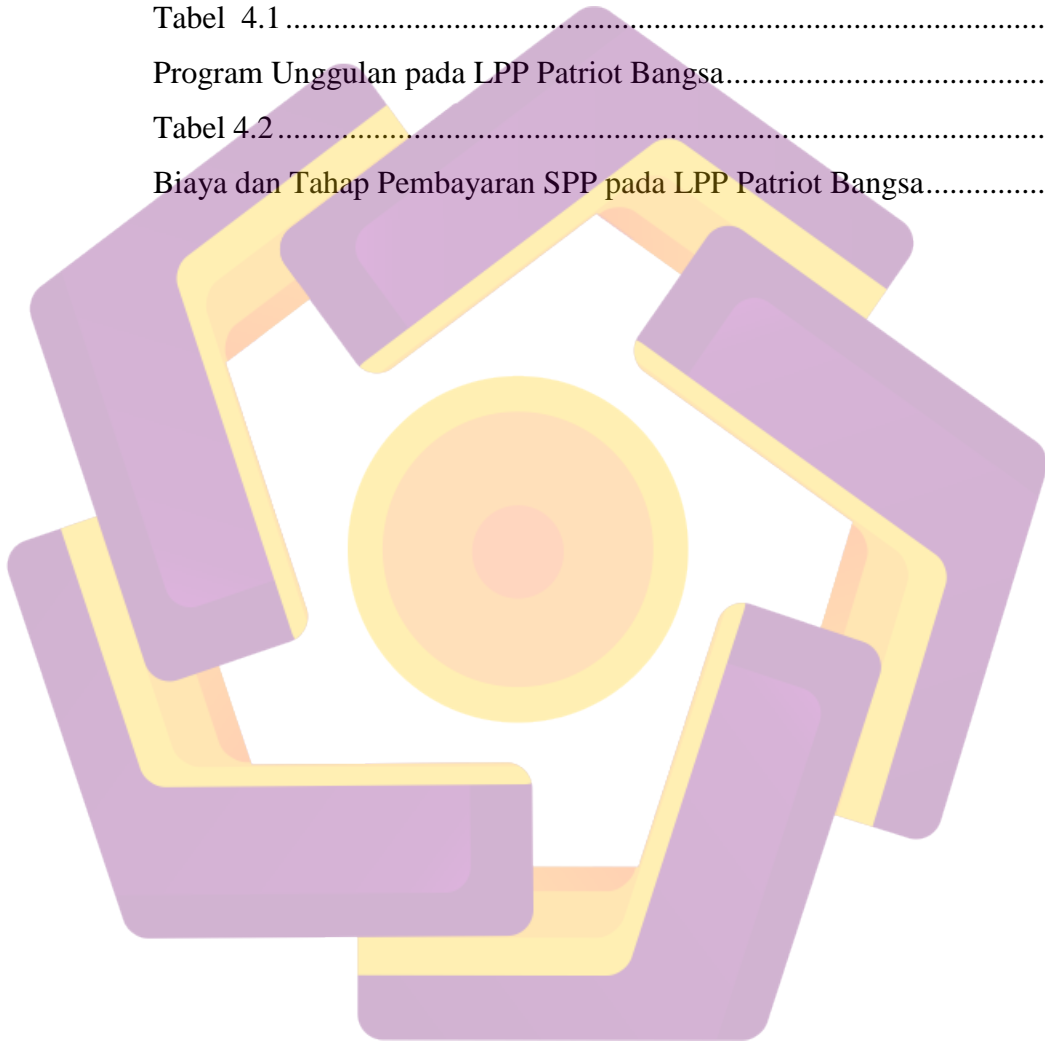
PERSETUJUAN .....	I
PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN.....	III
MOTTO.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
INTISARI.....	X
ABSTRACT.....	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Akademis .....	12
2. Manfaat Praktis .....	13
3. Manfaat Teoritis.....	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori .....	19
1. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	19
2. Tujuan dan Fungsi Strategi Komunikasi Pemasaran .....	21
3. Ciri-ciri Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
4. Langkah-langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran yang Efektif .....	25
5. Jenis-jenis Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
6. Teori Strategi Komunikasi Pemasaran .....	30
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian .....	39
3.2 Objek Penelitian .....	40
3.3 Subjek Penelitian .....	40
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Teknik Analisis Data .....	43
3.7 Trianggulasi .....	44
BAB IV .....	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
4.1. Hasil dan Pembahasan Gambaran Umum LPP Patriot Bangsa.....	47
1. Sejarah Perusahaan .....	47



2. Akreditasi LPP Patriot Bangsa.....	48
3. Visi dan Misi LPP Patriot Bangsa .....	48
a. Visi .....	48
b. Misi.....	48
4. Logo LPP Patriot Bangsa.....	49
5. Program Unggulan pada LPP Patriot Bangsa .....	49
4.2 Hasil dan Pembahasan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	54
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Periklanan dalam upaya peningkatan jumlah siswa.....	55
2. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Penjualan dalam upaya peningkatan jumlah siswa .....	62
3. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Hubungan Masyarakat dalam upaya peningkatan jumlah siswa.....	66
4. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Penjualan Langsung dalam upaya peningkatan jumlah siswa .....	70
5. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Tatap Muka dalam upaya peningkatan jumlah siswa .....	74
4.3. Hasil dan Pembahasan Hambatan Atau Kendala.....	85
BAB V .....	87
KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran .....	87
1. Saran Teoritis .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN .....	91
Dokumentasi Wawancara .....	92
PEDOMAN WAWANCARA .....	102
HASIL INTERVIEW .....	104

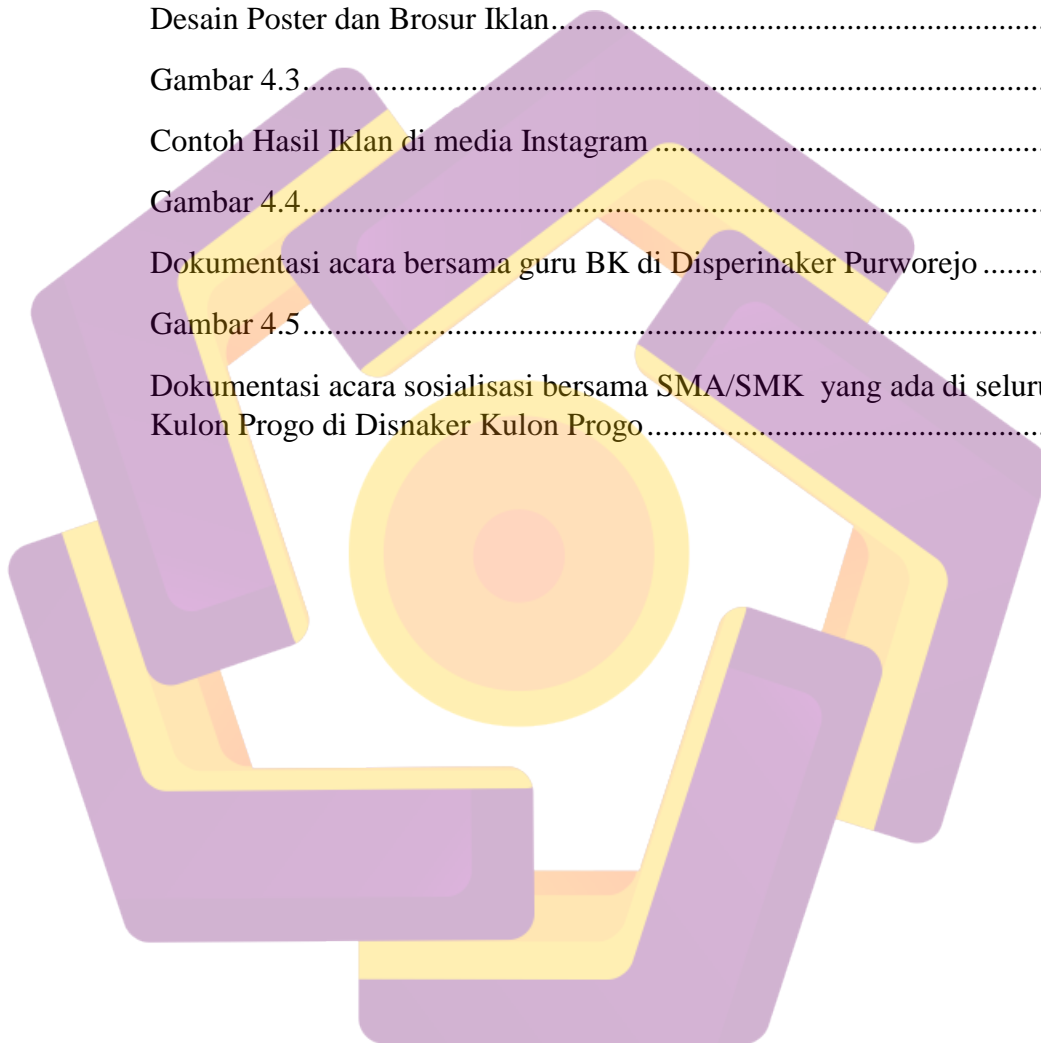
## Daftar Tabel

Tabel 1.1 .....	5
Daftar Maskapai dan Sekolah.....	5
Tabel 1.2 .....	9
Data jumlah siswa dan lulusan pada LPP Patriot Bangsa .....	9
Tabel. 2.1 .....	15
Penelitian terdahulu yang relevan .....	15
Tabel 4.1 .....	50
Program Unggulan pada LPP Patriot Bangsa.....	50
Tabel 4.2 .....	51
Biaya dan Tahap Pembayaran SPP pada LPP Patriot Bangsa.....	51



## Daftar Gambar

Gambar 2.1.....	38
Kerangka Berfikir Strategi Komunikasi Pemasaran pada LPP Patriot Bangsa.....	38
Gambar 4.1.....	49
Logo LPP Patriot Bangsa.....	49
Gambar 4.2.....	59
Desain Poster dan Brosur Iklan.....	59
Gambar 4.3.....	61
Contoh Hasil Iklan di media Instagram.....	61
Gambar 4.4.....	81
Dokumentasi acara bersama guru BK di Disperinaker Purworejo.....	81
Gambar 4.5.....	82
Dokumentasi acara sosialisasi bersama SMA/SMK yang ada di seluruh Kulon Progo di Disnaker Kulon Progo.....	82



## INTISARI

Lembaga LPP Patriot Bangsa merupakan jalur pendidikan nonformal yang bergerak dalam bidang penerbangan. Konsekuensi ini bagi lembaga harus melaksanakan beberapa strategi dalam komunikasi pemasaran. Ketepatan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran yang dipasarkan kepada masyarakat dapat menarik perhatian masyarakat dalam mendapatkan siswa serta memperoleh keuntungan secara finansial. Pelayanan terbaik serta citra Lembaga yang baik yang dihasilkan oleh lembaga seperti LPP Patriot Bangsa dapat membantu dalam mendapatkan respon yang positif dari produk maupun jasa serta diharapkan dapat meningkatkan penerimaan jumlah siswa, maka harus melakukan peningkatan dalam berbagai upaya strategi pemasaran. PP Patriot Bangsa harus terus mempertahankan citra dan meningkatkan jumlah siswa untuk dapat terus eksis sebagai lembaga sebagai lembaga yang bergerak di bidang pelatihan dan pendidikan nonformal.

Pendekatan penelitian dengan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumen. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber data. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Strategi komunikasi pemasaran Lembaga Pelatihan Profesi Patriot Bangsa dalam upaya peningkatan siswa menggunakan pertimbangan teori strategi komunikasi pemasaran dengan pola penerapan periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, penjualan tatap muka, dan acara sebagai strategi utama yang diterapkan dan paling efektif untuk upaya peningkatan jumlah siswa.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Lembaga Pendidikan.

## **ABSTRACT**

*The LPP Patriot Bangsa institution is a non-formal education channel that is engaged in aviation. This consequence for the institution must implement several strategies in marketing communications. Accuracy in carrying out marketing communication strategies that are marketed to the public can attract public attention in getting students and gain financial benefits. The best service and a good image of the institution produced by institutions such as LPP Patriot Bangsa can help in getting a positive response from products and services and is expected can increase the number of students, it must make improvements in various marketing strategy efforts. PP Patriot Bangsa must continue to maintain its image and increase the number of students to be able to continue to exist as an institution as an institution engaged in training and non-formal education.*

*Research approach with qualitative descriptive research. Data collection techniques using interviews, observations, and documents. The validity of the data was tested by triangulation of data sources. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model with the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*The results showed that: The marketing communication strategy of the Patriot Bangsa Professional Training Institute in an effort to improve students uses theoretical considerations of marketing communication strategies with patterns of application of advertising, sales promotion, direct selling, public relations, face-to-face sales, and events as the main strategy applied and most effective for efforts to increase the number of students.*

*Keywords: Marketing Communication Strategy, Educational Institutions.*