

ABSTRACT

Saparudin, Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences, Political Sciences and Computer Science, Djuanda University, 2023, Analysis of Promotional Media in Increasing the Number of Students at the Faculty of Halal Food Sciences, Djuanda University, Supervisor I: Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, SP., M.Sc., Supervisor II: Desi Hasbiyah, S.Si., M.I.Kom.

Media is one of the tools used to communicate in building perspectives. The goal of the media is to develop larger units and attract the attention of consumers or clients. The media developed is diverse to reach a broader range of clients.

This research aims to map the media promoting the Halal Food Faculty. This research method uses qualitative, a light but in-depth method looking at media studies involved in promotional development. The rules include participant observation and collecting secondary data by requesting the promotional data center.

The results of this analysis are processed and developed into a narrative and discussed with a closer theoretical approach. After the results have scientific power, proceed with the conclusion. This research shows that promotion at the Halal Food Faculty involves direct and indirect methods. The direct method is used by opening promotional stands and persuasive; meanwhile, the indirect method uses media in leaflets and videos.

Keywords: client, promotional media



ABSTRAK

Saparudin, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda, 2023, Analisa Media Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa di Fakultas Ilmu Pangan Halal Universitas Djuanda, Pembimbing I : Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, SP., M.Si., Pembimbing II : Desi Hasbiyah, S.Si., M.I.Kom.

Media merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi dalam membangun perspektif. Tujuan media mengembangkan unit lebih besar dan dilirik para konsumen atau klient. Media yang dikembangkan beraneka ragam sehingga mampu menjangkau pada klient yang lebih luas.

Tujuan penelitian ini memetakan media yang digunakan dalam promosi Fakultas Pangan Halal. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif yang merupakan bagian metode yang ringan namun mendalam melihat kajian media yang terlibat dalam pengembangan promosi. Kaidah yang digunakan dengan observasi berpartisipasi dan mengumpulkan data sekunder dengan meminta ke pusat data promosi.

Hasil Analisa ini diolah dan dikembangkan menjadi narasi dan dibahas dengan pendekatan teori yang lebih dekat. Setelah hasil memiliki kekuatan Ilmiah dilanjutkan dengan simpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi di Fakultas Pangan Halal melibatkan dua metode secara langsung dan tidak langsung. Teknik langsung dengan membuka stand promosi, dan pendekatan persuasif dan secara tidak langsung dengan menggunakan media berupa leaflet, video.

Kata Kunci : klient, media promosi