

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA
BIMBINGAN BELAJAR DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***
(Studi Kasus Pada Lembaga Bimbingan Belajar BIAS Education)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
Mohammad Nashir Muda
202010040311342

Dosen Pembimbing:
Jamroji, S.Sos, M.Comms.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA BIMBINGAN
BELAJAR DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
(Studi Kasus Pada Lembaga Bimbingan Belajar BIAS Education)

Diajukan Oleh :

MOHAMMAD NASHIR MUDA
202010040311342

Telah disetujui
Kamis / 11 Juli 2024

Pembimbing I



Jamroji, S.Sos, M.Comms

Wakil Dekan I



Muhammad Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

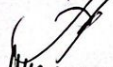
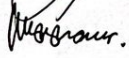

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mohammad Nashir Muda
202010040311342

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 11 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M.Si ()
2. Zen Amirudin, M.MedKom ()
3. Jamroji, S.Sos, M.Comms ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khatib Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : MOHAMMAD NASHIR MUDA
NIM : 202010040311342
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : "Implementasi Komunikasi Pemasaran BIAS Education Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Bimbingan Belajar Spesialis Masuk Perguruan Tinggi."

Disetujui,
Pembimbing

Janroji, S.Sos, M.Comms.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bendung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutanji No.188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tinggimex No.246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



komunikasi.umm.ac.id | ilmunikomunikasi@umm.ac.id

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : MOHAMMAD NASHIR MUDA

NIM : 202010040311342

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“Implementasi Komunikasi Pemasaran BIAS Education Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Lembaga Bimbingan Belajar Spesialis Masuk Perguruan Tinggi.”

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Juni 2024

Yang Menyatakan,

Mohammad Nashir Muda



Kampus I

Jl. Hangkajene 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 763 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No. 198 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 680

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : MOHAMMAD NASHIR MUDA
NIM : 202010040311342
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 Juni 2024,
Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Rembang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 480 435

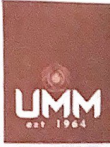
Kampus II

Jl. Berendungan Sulaimi No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tegayman No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama : MOHAMMAD NASHIR MUDA
No. Induk Mahasiswa : 202010040311342
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : "Implementasi Komunikasi Pemasaran BIAS Education Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Bimbingan Belajar Spesialis Masuk Perguruan Tinggi."

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 27 Juni 2024,
Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.



Kampus I
Jl. Babarsari, 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarna No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29 TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL
IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN BIAS EDUCATION
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEBAGAI
LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR SPESIALIS
MASUK PERGURUAN TINGGI

Oleh:

Nama : MOHAMMAD NASHIR MUDA
NIM : 202010040311342

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,
Malang, 27 Juni 2024
Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

NIP. 10302030373

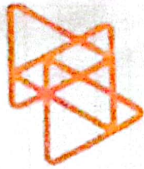


Kampus I
Jl. Bendaung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendaung Sultani No. 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Topomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 264 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Mohammad Nashir Muda

NIM : 202010040311342

Hasil Plagiasi : $\frac{29}{6}$

BAB I	4			
BAB II	18			
BAB III	18			

$\frac{29}{6} \frac{3}{7}$

BAB IV	2	14		
BAB V	15	2		
BAB VI				

Malang, 29 Juni 2024



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Mohammad Nashir Muda
2. NIM : 202010040311342
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN BIAS EDUCATION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEBAGAI LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR SPESIALIS MASUK PERGURUAN TINGGI
6. Pembimbing : Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
19 Oktober 2023	Pengajuan BAB I	
12 Januari 2024	Pengajuan BAB I-III	
18 Januari 2024	Seminar Proposal	
8 Maret 2024	Revisi BAB II dan III	
8 Mei 2024	Revisi BAB II dan III	
4 Juni 2024	Revisi Bab II	
6 Juni 2024	ACC Proposal	
15 Juni 2024	Pengajuan BAB IV dan V	
20 Juni 2024	Pengajuan Kesimpulan	
21 Mei 2024	Pengajuan Abstrak	
21 Juni 2024	ACC Semua Bab	
21 Juni 2024	ACC Abstrak	

Malang , 26 Juni 2024

Dosen Pembimbing


Jamroji, S.Sos, M.Comms.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Senin
Tanggal : 24 Juni 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

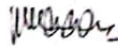
1. Nama : Mohammad Nashir Muda
2. NIM : 202010040311342
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN BIAS EDUCATION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEBAGAI LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR SPESIALIS MASUK PERGURUAN TINGGI
6. Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos, M.Comms.
7. Dosen Penguji : Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom.

Seminar hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui Platform Zoom dengan tautan link <https://us06web.zoom.us/j/84459541219?pwd=T7IacaJuM6Nead5266ppqJhfqhKmux.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji serta 25 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~.

Mengetahui,
Malang, 26 Juni 2024
Dosen Pembimbing

Dosen Penguji



Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom



Jamroji, S.Sos, M.Comms.

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

ABSTRAK

Implementasi Komunikasi Pemasara BIAS Education Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Lembaga Bimbingan Belajar Spesialis Masuk Perguruan Tinggi. Mohammad Nashir Muda, NIM 202010040311342, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

BIAS Education, salah satu bimbingan belajar yang berada di kecamatan Pare. Sejak didirikan pada tahun 2011, BIAS Education telah memfokuskan diri pada program belajar untuk persiapan seleksi masuk perguruan tinggi negeri serta sekolah dinas dengan sistem pembelajaran offline yang dilaksanakan di kecamatan Pare. Dalam konteks persaingan bisnis, BIAS Education dihadapkan dengan tantangan yang cukup kompleks. Dimana BIAS Education harus dapat bersaing dengan lembaga-lembaga bimbingan belajar favorit di Indonesia yang juga menghadirkan program persiapan masuk perguruan tinggi, serta citra kecamatan Pare sebagai kampung inggris atau kawasan pembelajaran bahasa Inggris yang sudah melekat di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Implementasi komunikasi pemasaran BIAS Education dalam membangun *brand awareness* sebagai lembaga bimbingan belajar spesialis masuk perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran BIAS Education dalam membangun brand awareness adalah dengan menggunakan delapan alat bauran komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012), yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), acara dan pengalaman (*event and experiences*), hubungan masyarakat (*public relation and publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), pemasaran mulut ke mulut (*word-of-mouth marketing*), dan penjualan tatap muka (*personal selling*). Dari delapan bentuk bauran yang telah diimplementasikan oleh BIAS Education, Bentuk bauran komunikasi pemasaran acara dan pengalaman memiliki peran paling signifikan dalam membantu membangun *brand awareness* BIAS Education sebagai lembaga bimbingan belajar spesialis perguruan tinggi.

Keyword : Implementasi, Komunikasi Pemasaran, BIAS Education, *Brand Awareness*

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms

Malang, 21 Juni 2024

Peneliti

Mohammad Nashir Muda

ABSTRAK

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Pada Lembaga Bimbingan Belajar BIAS Education). Mohammad Nashir Muda, NIM 202010040311342, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

BIAS Education, salah satu bimbingan belajar yang berada di kecamatan Pare. Sejak didirikan pada tahun 2011, BIAS Education telah memfokuskan diri pada program belajar untuk persiapan seleksi masuk perguruan tinggi negeri serta sekolah dinas dengan sistem pembelajaran offline yang dilaksanakan di kecamatan Pare. Dalam konteks persaingan bisnis, BIAS Education dihadapkan dengan tantangan yang cukup kompleks. Dimana BIAS Education harus dapat bersaing dengan lembaga-lembaga bimbingan belajar favorit di Indonesia yang juga menghadirkan program persiapan masuk perguruan tinggi, serta citra kecamatan Pare sebagai kampung Inggris atau kawasan pembelajaran bahasa Inggris yang sudah melekat di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Implementasi komunikasi pemasaran BIAS Education dalam membangun *brand awareness* sebagai lembaga bimbingan belajar spesialis masuk perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi dengan teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran BIAS Education dalam membangun brand awareness sebagai lembaga bimbingan belajar spesialis masuk perguruan tinggi dilakukan dengan menerapkan identitas merek termasuk nama merek, logo, slogan, warna dan pesan komunikasi yang dilakukan secara berulang menggunakan program-program bauran komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012).

Keyword : Implementasi, Komunikasi Pemasaran, BIAS Education, *Brand Awareness*.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

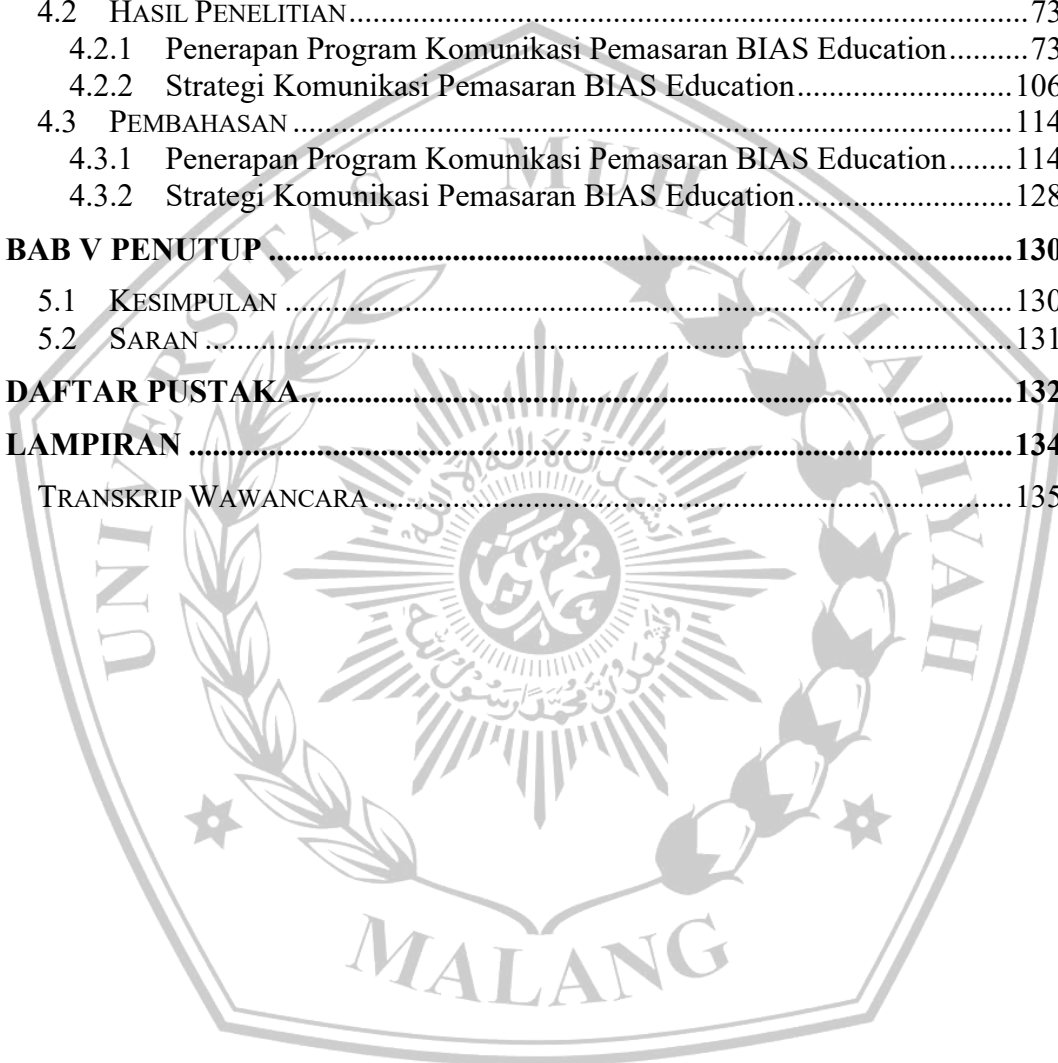
Puji syukur saya atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan anugerah, rahmat dan karunia Nya yang telah diberikan kepada saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi berjudul IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Pada Lembaga Bimbingan Belajar BIAS Education). Tugas akhir ini adalah sebuah hasil karya tulisan yang diajukan sebagai tujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Selama proses dalam menyelesaikan tugas ini, penulis menyadari bahwa tidak ada kemudahan yang tercapai tanpa bantuan, dukungan, dan doa baik yang diberikan secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang tetap terjaga saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada berbagai pihak yang datang mendukung penulis, di antaranya:

1. Allah SWT Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan segala kebaikannya telah memberikan kekuatan mental dan kelapangan hati saya hingga saat ini.
2. Keluarga tercinta, khususnya kepada kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi. Ibu Neti Zulianti dan Bapak Fitrotul Mustahid yang sudah memberikan semua dukungan baik dari materil maupun non materil, terimakasih atas doa dan waktu yang diberikan. Dengan rasa yang tulus saya ucapkan terimakasih yang sebesar besarnya karena telah mendidik dan membesarkan saya sampai detik ini. Kepada adik-adik saya, Fina dan Aiza yang telah menjadi mood booster sampai detik ini.
3. Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms. selaku dosen pembimbing saya, saya ucapkan terimakasih sebanyak banyaknya karena telah memberikan dukungan dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
4. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
5. BIAS Education, Mochammad Mirza, Husnul Fuad, Siti Zulia sari, Humam Mukhti yang telah memberikan izin dan dengan sukarela menjadi informan dalam penelitian ini.
6. Teman teman saya di Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan melalui canda tawa, doa dan waktunya kepada Aldi, Broto, Zaki, Abim, Izzul, Yayak, Baqir, Pret, Miftah, Rangga, Aini, Intan, Yofi dan teman-teman saya lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung
8. Saya sendiri, Mohammad Nashir Muda yang telah menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	III
SURAT PERNYATAAN	IV
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	V
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	VI
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	VII
TANDA TERIMA PLAGIASI	VIII
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	IX
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	X
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK	XI
ABSTRAK	XII
KATA PENGANTAR	XIII
DAFTAR ISI	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 KOMUNIKASI	7
2.1.1 Elemen-Elemen Komunikasi	8
2.1.2 Tujuan Komunikasi	10
2.1.3 Bidang-Bidang Komunikasi	11
2.2 KOMUNIKASI PEMASARAN.....	11
2.2.1 Perencanaan Komunikasi Pemasaran	14
2.2.2 Merancang Pesan Komunikasi Pemasaran	17
2.2.3 Macam-Macam Program Komunikasi Pemasaran	20
2.3 MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN.....	32
2.3.1 Brand Awareness	32
2.3.2 Tingkatan Brand Awareness	38
2.3.3 Pengaruh Program Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness	43
2.4 LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR	51
2.5 PENELITIAN TERDAHULU	52
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN	55
3.2 TIPE PENELITIAN.....	56
3.3 WAKTU & TEMPAT PENELITIAN	56
3.4 SUMBER DATA.....	57
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	58
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	59
3.7 UJI KEABSAHAN DATA	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 GAMBARAN UMUM BIAS EDUCATION	61
4.1.1 Sejarah BIAS Education	61
4.1.2 Logo dan Tagline	62
4.1.3 Visi dan Misi BIAS Education	65
4.1.4 Lokasi dan Media Komunikasi BIAS Education.....	66
4.1.5 Segmentasi, Target, dan Positioning	66
4.1.6 Produk dan Harga BIAS Education	68
4.1.7 Struktur Lembaga BIAS Education	72
4.2 HASIL PENELITIAN.....	73
4.2.1 Penerapan Program Komunikasi Pemasaran BIAS Education.....	73
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran BIAS Education.....	106
4.3 PEMBAHASAN	114
4.3.1 Penerapan Program Komunikasi Pemasaran BIAS Education.....	114
4.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran BIAS Education.....	128
BAB V PENUTUP	130
5.1 KESIMPULAN	130
5.2 SARAN	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN	134
TRANSKRIP WAWANCARA	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data persaingan SNPMB 2023	1
Gambar 2.1 Elemen dalam proses komunikasi.....	8
Gambar 2.2 Tingkatan brand awareness.....	38
Gambar 4.1 Logo BIAS Education.....	62
Gambar 4.2 Tagline BIAS Education.....	63
Gambar 4.3 Kantor BIAS Education.....	66
Gambar 4.4 Harga program gap year experience	69
Gambar 4.5 Harga program ngambis kelas 12	70
Gambar 4.6 Harga program kelas TPA	71
Gambar 4.7 Struktur Lembaga BIAS Education	72
Gambar 4.8 Iklan paid promote di Instagram	78
Gambar 4.9 Iklan baner di Jl.Lamtana.....	81
Gambar 4.10 Iklan brosur di warung makan	82
Gambar 4.11 Promosi di Instagram	84
Gambar 4.12 Promosi di website.....	85
Gambar 4.13 Twibbon event SBMPTN Fest.....	87
Gambar 4.14 Pengalaman voulenteer	88
Gambar 4.15 Pengalaman visit campus ke UGM.....	88
Gambar 4.16 Sosialisasi ke PONPES Al-Manshur	92
Gambar 4.17 Program beasiswa BIAS Education	92
Gambar 4.18 Publikasi di website	93
Gambar 4.19 Publikasi di sosial media.....	93
Gambar 4.20 Pesan direct message ke calon konsumen.....	95
Gambar 4.21 Interactive content di feed Instagram.....	98
Gambar 4.22 Interactive content di reels Instagram.....	98
Gambar 4.23 Interactive content di Tik Tok.....	99
Gambar 4.24 QnA di Instagram story.....	100
Gambar 4.25 WOM oleh influencer di sosial media	102
Gambar 4.26 WOM oleh alumni di sosial media	102
Gambar 4.27 Penjualan tatap muka oleh customer service	104
Gambar 4.28 Penerapan keyword di website.....	107
Gambar 4.29 Penerapan keyword di Instagram.....	107
Gambar 4.30 Penerapan keyword di Tik Tok.....	108
Gambar 4.31 Penerapan keyword di baner	108
Gambar 4.32 Penerapan simbol perguruan tinggi di baner	109
Gambar 4.33 Penerapan simbol perguruan tinggi di sosial media	110
Gambar 4.34 Bentuk viral konten di sosial media BIAS Education	112
Gambar 4.35 Bentuk konten cerita alumni	113
Gambar 4.36 Bentuk konten video motivasi	113

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan: Qiara Media.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Astri Rumondang Banjarnahor, B. P. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Uchjana Effendy. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Griffin, EM. (2019). *A First Look at Communication Theory, Tenth Edition*. New York: McGraw Hill Education.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 11*. Jakarta: Indeks.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Marketing Management 14th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Principles of Marketing 17th ed*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- J. Craig Andrews, T. A. (2018). *Integrated Marketing Communications 10th ed*. Boston: Cengage Learnin.
- Michael A. Guolla, G. E. (2017). *Advertising & Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*. Canada: McGraw-Hill Education.
- Chris Fill, S. T. (2016). *Marketing Communications 7th ed*. United Kingdom: Pearson.
- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aditya Wardhana. (2022). *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Rusydi Fauzan, R. D. (2023). *PRODUK DAN MEREK*. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Mark Bray, C. L. (2012). *Shadow Education Private Supplementary Tutoring and Its Implications for Policy Makers in Asia*. Mandaluyong City: Asian Development Bank.
- Sulfemi, W. B. (2018). *Manajemen Pendidikan Non Formal*. PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PENDIDIKAN STKIP MUHAMMADIYAH BOGOR.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Haryono, S. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN TEORI DAN APLIKASI*. Bekasi: Intermedia Personalia Utama.

- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Praharesti Eriany, L. H. (2014). *STUDI DESKRIPTIF MENGENAI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI MENGIKUTI KEGIATAN BIMBINGAN BELAJAR PADA SISWA SMP DI SEMARANG*. Psikodimensia
- Arif Fakhrudin, K. Y. (2021). *Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah*. FORUM EKONOMI.
- Widyantoro Adi Nugroho, A. C. (2016). *HEGEMONI LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA SMA*. Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi
- Mega Wulandari, S. (2017). *MANAJEMEN PEMBELAJARAN PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI PESERTA DIDIK*. E-Jurnal UNESA.
- Sagala, F. A. (2023). *PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP BRAND AWARENESS DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. Diglib Universitas Lampung
- Wanto, A. H. (2018). *STRATEGI PEMERINTAH KOTA MALANG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK BERBASIS KONSEP SMART CITY*. Journal Of Public Sector Innovations.

Internet

- Undang-undang (UU) No. 20 Tahun 2003*. (n.d.). Retrieved from BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003>
- Kementerian Pendidikan, K. R. (n.d.). *Jumlah Data Satuan Pendidikan*. Retrieved from Pusdatin: <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/pendidikan/dikmas/000000/0/jn/all/s2>
- Hidayat, Q. (2023, Juni). *Hasil UTBK-SNBT 2023*. Retrieved from Okezone : <https://edukasi.okezone.com/read/2023/06/20/65/2833984/hasil-utbk-snbt-2023-sebanyak-223-217-peserta-lulus-jadi-mahasiswa-baru>