

## Abstrak

Futsal adalah permainan bola yang dimainkan oleh dua tim dengan jumlah pemain masing-masing lima orang. Futsal sebagai salah satu cabang olahraga di Indonesia yang banyak diminati oleh kalangan pelajar maupun mahasiswa. Bahkan, karyawan maupun pegawai juga menyukai jenis olahraga ini, sehingga banyak yang mengagendakan bermain futsal sebagai kegiatan rutin di kantornya. Semakin berkembangnya olahraga futsal ini, mendorong pelaku bisnis untuk mendirikan persewaan lapangan futsal. Disamping itu, sekolah futsalnya pun dibentuk untuk memberikan pembelajaran kepada penggemar olahraga futsal, agar dapat bermain futsal yang baik, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. Tifosi Futsal Yogyakarta merupakan salah satu lapangan futsal yang berdiri di Yogyakarta dan mempunyai sekolah futsal yang bernama *Tifosi Futsal Academy*. Dalam menarik pelanggan atau calon siswa, tentunya Tifosi Futsal melakukan promosi ke berbagai kalangan masyarakat. Oleh karena itu, Studi ini berusaha untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh Sekolah Futsal Tifosi dalam menarik calon siswanya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang diterapkan oleh Sekolah Futsal Tifosi Futsal Yogyakarta dalam menarik calon siswa. Penelitian dilakukan di Tifosi Futsal Yogyakarta, Jalan Sukonandi No.11 Kalimambu, Umbulharjo, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pengambilan data di lapangan, wawancara dilakukan pada Pengurus Asprov. PSSI DIY, yaitu Bapak Armando Pribadi, Pemilik lapangan Tifosi Futsal, yaitu Bapak Tio, Pelatih Sekolah Futsal, yaitu Sdr. Ragil dan Sdr. Ricky serta *Manager Marketing* Tifosi Futsal Yogyakarta, yaitu Sdr. Kiki. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sekolah Tifosi Futsal dalam melakukan promosinya membuat perencanaan terlebih dahulu, seperti membuat pamflet, brosur, siaran di televisi dan radio local, serta menyiapkan bahan promosi di media sosial. Dalam penerapan promosi, Sekolah Tifosi futsal melaksanakan sesuai rencana dengan menyebar brosur di sekolah-sekolah formal dan kampus-kampus di wilayah kota Yogyakarta, menempel pamflet di letak strategis yang mudah dilihat orang dan melakukan promosi di stasiun televisi dan radio lokal serta membuat akun media sosial, seperti facebook dan twitter. Sekolah Tifosi Futsal melihat sasaran kepada masyarakat usia anak-anak dan remaja dalam kategori usia 6-8 tahun, 9-12 tahun, 13-16 tahun dan usia 17 tahun ke atas dengan target 100 siswa terpenuhi setiap angkatan. Dalam perkembangannya, target calon siswa yang dirancang oleh Tifosi Futsal belum mencapai karena terdapat pesaing sekolah futsal lainnya diluar Tifosi Futsal, sehingga perlu memberi fasilitas menarik kepada calon siswa yang berbeda dengan sekolah futsal lainnya.

Kata kunci : strategi promosi, calon siswa, sekolah futsal

## **ABSTRACT**

**University of Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social Science And Political Science  
Department of Communication Sciences  
Concentration : Public Relations**

**PROMOTION STRATEGY OF TIFOSI FUTSAL YOGYAKARTA TO  
ATTRACT PROSPECTIVE STUDENTS OF ACADEMY FUTSAL TIFOSI  
IN YEAR 2014**

**Year of Essay : 2015**

This study aimed to describe the promotional strategy adopted by the Tifosi Futsal Yogyakarta in attracting prospective students. The study was conducted at Tifosi Futsal Yogyakarta, Jalan Sukonandi 11 Kalimambu, Umbulharjo, Yogyakarta. In collecting data in the field, interviews were conducted at the board Asprov. DIY PSSI, Mr Armando Pribadi, owner field Tifosi Futsal, Mr Tio, coach School Futsal, namely Mr. Ragil and Mr. Ricky and Marketing Manager Tifosi Futsal Yogyakarta, namely Mr. Kiki. The results showed that the School Tifosi Futsal in doing promotional planning in advance, such as making flyers, brochures, broadcast on local television and radio, as well as setting up promotional materials in social media. In the application of the promotion, School Tifosi futsal execute according to plan by spreading leaflets in formal schools and colleges in the city of Yogyakarta, sticking pamphlets in a strategic location that is easily seen and promotion on television and local radio as well as create social media accounts, such as facebook and twitter. Tifosi School Futsal see targeted to people age children and adolescents in the age category of 6-8 years, 9-12 years, 13-16 years and aged 17 years and over with a target of 100 students are met every generation. In its development, targets prospective students designed by Tifosi Futsal not been reached because there are other competitors outside the school futsal Futsal Tifosi, so the need to provide facilities attractive to prospective students who are different from other futsal school.

**Keywords : campaign strategy , prospective students , school futsal**