

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

Suhaimi

20010530081

Strategi Promosi Untuk Menjaring Calon Jamaah Umroh Pada PT. Ceria Tours Cabang Yogyakarta

Tahun Skripsi : 2008 + 120 hal + 1 tabel + 13 gambar + 1 lampiran

Daftar Pustaka : 22 buku + 5 sumber online (1981 – 2006)

ABSTRAKSI

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa pelayanan perjalanan wisata muslim dan umroh yang tergolong baru dan baru berdiri pada tahun 2002 di Yogyakarta, Ceria Tours dihadapkan pada persoalan pada tingkat persaingan antar perusahaan *moslem travelling* yang sama, sehingga perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti Ceria Tours akan membutuhkan banyak aspek termasuk pada masalah penetapan strategi promosi agar perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang strategi promosi pada PT. Ceria Tours cabang Yogyakarta untuk menjaring calon jamaah umroh. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan jenis data kualitatif. Sementara populasi dari penelitian ini yaitu pimpinan, bagian marketing, dan bagian collection data Ceria Tours Yogyakarta yang berjumlah 4 orang. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, rekaman arsip, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian menunjukkan bauran promosi dari strategi yang dilaksanakan Ceria Tours meliputi periklanan, humas, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan pemasaran langsung. Aktifitas kehumasan dilakukan melalui talkshow, lobi, dan pameran – pameran. Jenis periklanan yang dilaksanakan melalui even sponsorship, dan media cetak surat kabar, majalah, brosur, *leaflet*, poster, *billboard*, *banner*. Promosi penjualan dilakukan melalui penyebaran bahan promosi ke agen kecil dan instansi terkait. Penjualan perseorangan dilakukan melalui *sales call* dan *in house sales*, dan pemasaran langsung dilakukan melalui media *telephone*, dan *direct mail*.

Sampai saat ini strategi promosi yang digunakan Ceria Tours Yogyakarta dirasa cukup berhasil. Hal ini dapat diketahui melalui indikator bisa meningkatkan jumlah jamaah setiap tahunnya. Meskipun demikian Ceria Tours masih perlu mengembangkan strateginya, misalnya pada sisi yang menyangkut pentingnya

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
SOCIAL AND POLITICAL FACULTY
COMMUNICATION DEPARTMENT
PUBLIC RELATIONS CONCENTRATION**

**Suhaimi
20010530081**

Promotional Strategy For Gaining Jamaah Umroh Aspirant at Ceria Tours Corporation For Yogyakarta Branch

Year : 2008 + 120 pages + 1 tabel + 13 pictures + 1 pages appendix

References : 22 books + 5 online refferences (1981 - 2006)

ABSTRACT

As a company that moved on the moslem and umroh tour service business that belonging to a new exist on 2002 at Yogyakarta, across Ceria Tours at a matter about competition equally. On the result that a company that moved on service business such Ceria Tours needed many aspect counted on a matter promotional strategy decision in order that company can be obtained to hold out and winning in competition.

The detailed examination endeavor to analyze about promotional strategy for gaining jamaah umroh aspirant at Ceria tours corporation for Yogyakarta branch. Type of this research that used is descriptive with qualitative data. While the population of the research is leader of Ceria Tours yogyakarta, marketing division, and collection data division that amount 4 peoples. Also this research used interview guide, transcription archive, and libraries study.

The result of this research indicated that promotional mix from strategy that currently progresses at Ceria Tours is including advertising, public relations, sales promotions, personal selling, and direct marketing. Public relations activity committed through a talkshow, lobbying, and exhibitions, type of advertisement that committed through sponsorship and through on media such newspaper, magazine, brochure, leaflet, poster, billboard, and banner. Sales promotion committed through diffusion promotion material to small agent and instances. Personal selling committed through sales call and in house call. And direct marketing committed through by telephone and direct mail.

Extend far enough about promotional strategy that Ceria Tours Yogyakarta did has felt succeed. This matter can view by indicator of many progressed amount jamaah in every year. Nonetheles Ceria Tours necessary to expand the strategy, for example counted to weightiness of the state of public relations