

## ABSTRAK

**Muhammad Fauzi.** *Marketing Public Relations Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem (Studi Kasus Iklan pada Media Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Yayasan Al- Ma'soem Jl. Cipacing No. 22 Jatinangor Kabupaten Sumedang, Jawa Barat).*

Media iklan sudah menjadi kebutuhan pokok dan menjadi pilihan utama dalam promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga. Iklan memiliki sifat informatif dan persuasif, artinya pesan terpaan iklan yaitu berupa sejumlah informasi untuk mempengaruhi dan menarik perhatian publik akan terpaan iklan yang ditampilkan. Peranan media dan iklan menjadi komponen yang sangat utuh, media sebagai alat atau sarana menjadikan proses periklanan menjadi efektif dan efisien untuk dilakukan. Salah satu tujuan dari media iklan adalah untuk mempertahankan eksistensi suatu perusahaan atau lembaga terkait.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahapan pengelolaan media iklan Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem sebagai alat dalam mempertahankan eksistensi sekolah tersebut. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses media iklan mulai dari tahap awal sampai dengan tahap akhir yang dilakukan, yaitu meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan dengan tujuan sebagai alat mempertahankan eksistensi sekolah Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan konsep Thomas L Harris yang terdiri dari tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi sebagai acuan penelitian. Kedua dengan menggunakan konsep *Pull Strategy* (strategi daya tarik) yang dikembangkan dalam proses pelaksanaan yang dilakukan periklanan melalui media. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan analisis dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media iklan dalam mempertahankan eksistensi sekolah pendidikan Yayasan Al-Ma-so'em melalui beberapa tahap. Pertama yaitu perencanaan yang meliputi analisis pertimbangan, spesifikasi tujuan dan penentuan jadwal penayangan media iklan. Kedua pelaksanaan yang meliputi pengemasan media cetak (spanduk, billboard, majalah & koran), media online (website & instagram) dan media elektronik (televisi) mulai dari penentuan konsep dan proses strategi pengemasan isi pesan dan eksekusi iklan sebagai daya tarik sekolah tersebut dan penentuan pihak pelaksana sebagai pihak dalam membantunya proses penayangan media iklan. Ketiga evaluasi yang meliputi tolak ukur keberhasilan efektifitas media iklan dan antisipasi yang dilakukan.

### **Kata Kunci**

(Iklan, Media, Eksistensi)

## **ABSTRACT**

**Muhammad Fauzi.** *Public Relations Marketing of Al-Ma'soem Educational Foundation (Case Study of Advertising on Media Marketing Public Relations in Maintaining the Existence of Al-Ma'soem Educational Foundation Jl Cipacing No. 22 Jatinangor Sumedang District, West Java).*

*Advertising media has become a basic requirement and become the main choice in promotion conducted by a company or institution. Ads have an informative and persuasive nature that means exposed message if the ad is in the form of some information to influence and attract public's attention to the displayed exposed advertisement. The role of media and advertising becomes a very intact component, the media as a tool or means makes the advertising process effective and efficient to do. One of purposes of advertising media is to maintain the existence of a company or related institution.*

*This study aims to find out how the stages of advertising media management of Al-Ma'soem Educational Foundation as a tool in maintaining the existence of the school. In more detail the purpose of this study is to know the process of implemented advertising media from the beginning to the final stage, which includes planning, implementation and evaluation conducted with the aim as a means of maintaining the existence of Al-Ma'soem Educational Foundation school.*

*This research uses case study method with the concept of Thomas L Harris consisting of three stages namely planning, implementation and evaluation as a reference research. Secondly, using the concept of Pull Strategy (attraction strategy) developed in the process of execution carried out by advertising through the media. Data collection techniques are through observation, interview and document analysis.*

*The results shows that advertising media in maintaining the existence of Al-Ma'soem educational foundation school goes through several stages. The first is planning that includes consideration analysis, goal specifications and schedule determination of ad media display. The two executions covering the packaging of printed media (banners, billboards, magazines & newspapers), online media (website & instagram) and electronic media (television) ranging from the conceptualization and process of packaging strategy of message content and advertising execution as the school's attractability and determination. The executor is as a party helps the process of displaying advertising media. The third is evaluation including benchmarking the effectiveness of advertising media and anticipation.*

### **Keywords**

*(Advertising, Media, Existence)*