

**PENENTUAN MEDIA PROMOSI YANG TEPAT BAGI
FAKULTAS TEKNIK DALAM MENARIK MINAT
CALON MAHASISWA BARU MENGGUNAKAN
METODE PROMETHEE**

ABSTRAK

Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh merupakan salah satu lembaga penting di Universitas Malikussaleh. Oleh karena itu, media promosi berperan penting untuk menarik minat calon mahasiswa baru agar jumlah mahasiswa fakultas teknik terus bertambah. Adanya media promosi yang tepat sasaran dalam memperkenalkan nilai jual Fakultas Teknik bagi calon mahasiswa baru sangat diharapkan demi kemajuan kampus dimasa yang akan datang. Penerapan metode promethee dapat membuat perancangan media mana yang paling tepat sasaran untuk digunakan dalam mempromosikan nilai jual Fakultas Teknik. Penelitian ini menggunakan lima alternatif, alternatif tersebut meliputi brosur, mahasiswa undangan, spanduk, papan baliho, website dan memiliki tujuh kriteria yaitu mencapai target sasaran, tujuan penyebaran media, lokasi kampus unimal, jarak jangkauan penyebaran media, biaya pembuatan media, dan waktu promos. Sistem ini diharapkan dapat menentukan media promosi yang tepat sasaran. Hasil dari penelitian ini diperoleh media promosi yang paling tepat digunakan adalah Website dengan nilai persentase tertinggi yaitu 62% dibandingkan media promosi lainnya sehingga media Website menduduki ranking pertama sebagai media promosi terbaik dalam penelitian ini.

Kata kunci: Persentase, Media Promosi, Alternatif, Kriteria, Promethee.

ABSTRACT

Malikussaleh University Faculty of Engineering is one of the important institutions in the University Malikussaleh. Therefore, the important role the media campaign to attract new students that the number of engineering students is growing. The existence of a media campaign that targeted the Faculty of Engineering introduced the selling points for prospective new students are expected for the betterment of the future campus. Application of PROMETHEE method can make perancangan media are most appropriate for use in the target Promote the sale value of the Faculty of Engineering. This study uses five alternatives, such alternatives include brochures, student invitations, banners, boards billboards, website and has seven criteria for reaching the target, the purpose of dissemination media, campus locations UNIMAL, within the range of dissemination media, the cost of making media, and time promos. This system is expected to determine the targeted media campaign. Results from this study showed that the most appropriate promotional media used is a Website with the highest percentage value of 71% compared to other promotional media so that the media Web site ranked first as the best promotional media in this study.

Keywords: *Presentation, Media Promotion, Alternative, Criteria, Promethee.*