

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Laila Nur Arofah 20130530162
Strategi Promosi Nakamura *The Healing Touch* Pandega Dalam Menarik Minat
Konsumen Tahun 2016-2017
Tahun Skripsi : 2016 + 200 Halaman
Daftar Pustaka : 44 buku (1986-2013) + 12 sumber lain

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega dalam menarik minat konsumen tahun 2016-2017. Sebagai salah satu usaha di bidang jasa, tentu saja Nakamura *The Healing Touch* Pandega promosi yang dilakukan bertujuan untuk mempromosikan jasanya kepada masyarakat agar masyarakat tertarik untuk datang ke Nakamura *The Healing Touch* Pandega.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, karena penelitian ini mengumpulkan informasi, mengidentifikasi, mendeskripsikan dan mengevaluasi segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada objek penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi, sedangkan teknik pengambilan informan menggunakan *purposive sampling*. Selain itu, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif. Lalu untuk validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega terdiri dari perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi. Proses perencanaan dilakukan sesuai dengan tujuan promosi yakni menarik minat konsumen. Lalu untuk pelaksanaannya, Nakamura *The Healing Touch* Pandega hampir menggunakan semua elemen dari bauran promosi periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, *personal selling*, dan juga *event sponsorship*. Sedangkan untuk evaluasi, Nakamura *The Healing Touch* Pandega mengadakan rapat sebagai proses kegiatan evaluasinya.

Keyword: Strategi Promosi, Promosi, Nakamura *The Healing Touch*

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Sciences

Advertising

Laila Nur Arofah 20130530162

Promotion Strategy Nakamura The Healing Touch Pandega to Attracting

Consumer In 2016-2016

Year : 2016 + 200 Pages

Bibliography : 44 Books (1986-2013) + 12 Internet

This research describe the promotion strategy of Nakamura The Healing Touch Pandega to attracting customers in 2016-2017. As one of the business in the field of services, of course Nakamura The Healing Touch Pandega promotion that aims to promote his services to the public so that people are interested to come to Nakamura The Healing Touch Pandega.

The research method used is descriptive qualitative research method, because this research will collect information, identifies, describes and evaluates everything related to the problem studied on the object of research. Technique of collecting data in this research through interview, observation and also documentation, while technique of taking informants using purposive sampling. In addition, for data analysis techniques in this study using interactive models. Then for data validity, this research uses triangulation technique of data source.

The results of this study show that the promotion strategy undertaken by Nakamura The Healing Touch Pandega consists of planning, implementation and evaluation. The planning process is done in accordance with the purpose of promotion that attracts consumers. Then for its implementation, Nakamura The Healing Touch Pandega almost uses all elements of advertising promotion mix, direct marketing, sales promotion, personal selling, and also sponsorship event. As for the evaluation, Nakamura The Healing Touch Pandega held a meeting as a process of evaluation activities.

Keyword: Strategy promotion, promotion, Nakamura The Healing Touch