



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JURUSAN MARKETING COMMUNICATION**

## **ABSTRAKSI**

**Ramadhoni Delta W (44308010040)**

Strategi komunikasi pemasaran Takiotoshi Nagare Budokan (sekolah bela diri) dalam mencari siswa baru periode 2011

(61 Halaman)

(Bibliografi: 19 buku dari tahun 1992-2010)

Persaingan antara sekolah bela diri merupakan tantangan yang terberat. Sehingga perusahaan harus mampu dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran secara efektif. Dalam menghadapi persaingan tersebut, takiotoshi nagare budokan harus mampu melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Takiotoshi Nagare Budokan (sekolah bela diri) dalam mencari siswa baru. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Philip Kotler yang mengatakan bahwa strategi seorang komunikator pemasaran harus memperhatikan hal-hal dengan tujuan agar produk yang akan disampaikan dapat diterima oleh konsumen sarannya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan tehniknya menggunakan tehnik wawancara dengan beberapa narasumber yaitu Kepala Sekolah, Manager Promosi dan siswa baru takiotoshi nagare budokan. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran takiotoshi nagare budokan adalah dengan menggunakan elemen-elemen seperti mengidentifikasi target audience atau target konsumen, Menentukan tujuan komunikasi, Mendesain pesan, Saluran-saluran komunikasi yang digunakan, Anggaran promosi, dan Promotion mix yang digunakan. Dan strategi tersebut sudah mampu dalam mencari siswa baru.