

## **ABSTRAK**

Maraknya tempat hiburan karaoke keluarga tentunya menjadi suatu persaingan bisnis, sehingga dibutuhkan inovasi baru untuk dapat bertahan di tengah persaingan dan tentunya untuk mencapai suatu tujuan yaitu, meningkatkan jumlah pengunjung. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana Hello Family KTV Yogyakarta merancang sebuah strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung melihat persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran dan mengetahui perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang dilakukan oleh Hello Family KTV Yogyakarta. Kerangka teori yang digunakan peneliti adalah teori perencanaan dalam model penyusunan pesan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode yang memaparkan gambaran atas hasil yang diperoleh tentang strategi komunikasi pemasaran melalui penggunaan bauran promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi komunikasi pemasaran Hello Family KTV Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung menggunakan keseluruhan bauran promosi, yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan penjualan personal. Kegiatan komunikasi pemasaran tersebut saling mendukung dan strategi komunikasi pemasaran Hello Family KTV mencapai hasil yang baik. Terutama pada promosi penjualan yang dilakukan dengan berbagai macam inovasi dan variasi. Hal ini, menjadi daya tarik tersendiri, sehingga sangat menarik pengunjung. Pengunjung Hello Family KTV mencapai hasil yang baik walaupun terkadang masih ada penurunan namun penerunan dirasakan masih dalam batas yang wajar.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Hello Family KTV

## **ABSTRACT**

*Many karaoke booths for family can be bussiness competition. It needs inovation for getting through the competition and for getting one goal. The goal is increasing customers. This phenomenon become the foundation for this research discuss how Hello Family KTV Yogyakarta designs a marketing communication strategy to gain more customers. The purpose of this research is identify and analyze the marketing communication strategy, its planning, implementation and evaluation carried out by Hello Family KTV Yogyakarta. This research used the planning theory. This research also used the qualitative descriptive method to explain the result obtained about the marketing communication strategy through promotion in order to obtain more customers. The result shows that Hello Family KTV Yogyakarta implement its marketing communication strategy by using promotion through advertising, sales promotion, public relation, direct marketing, and personal selling. That mixed promotion works and it comes with good result. Especially for the promotion which is used with many varians. That mixed promotion works and it comes with good result. Especially for the promotion which is used with many varians. This can be interested so it attracts people to come. The increasing of visitors are getting good even sometimes it is decreased but still normal.*

*Keywords: Strategy, Marketing Communications, Hello Family KTV*