

ABSTRAK

Family Fun karoke keluarga Yogyakarta merupakan sebuah tempat karaoke keluarga berkonsep *colourful, cozy, fun, nyaman, dan bersih* didukung interior menarik dan fasilitas berkualitas, dengan tarif terjangkau serta memiliki tempat yang strategis yaitu dekat dengan kampus (UPN dan STIE YKPN), rumah makan dan swalayan. Selain untuk menyalurkan hobby menyanyi, tempat ini cocok juga untuk sekadar hang out maupun pesta ulang tahun, *gathering*, arisan, reuni dan sejenisnya. Family Fun Karaoke Keluarga adalah family karaoke yang memadukan kenyamanan pelanggan, audio visual yang canggih dan koleksi lagu yang selalu update. Memasuki persaingan yang semakin ketat di industri hiburan sejenis maka Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta memerlukan strategi komunikasi pemasaran dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penyusun tertarik melakukan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Family Fun Karaoke Keluarga Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan situasi atau kejadian. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara atau interview. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa, dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran terdiri dari tiga tahap. Tahap *pertama* yaitu tahap perencanaan. Pada tahap ini Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta merencanakan media apa yang akan digunakan dalam strategi komunikasi pemasaran. Tahap yang *kedua* adalah implementasi dari strategi yang telah direncanakan, dan tahap yang ketiga adalah tahap evaluasi. Pada tahap evaluasi ini pengelola Family Fun Karaoke Keluarga melakukan evaluasi secara rutin setiap satu kali dalam seminggu. Evaluasi ini dimaksudkan agar strategi marketing yang telah diterapkan efektif atau tidak. Penilaian efektif atau tidak strategi marketing yang diterapkan yakni dengan melihat peningkatan pengunjung. Tahap evaluasi ini juga membahas mengenai masukan dari pengunjung yang nantinya juga dijadikan salah satu strategi komunikasi pemasaran.

ABSTRACT

Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta is a family concept of colorful, cozy, fun, comfortable, clean and attractive interior and facilities support quality, affordable rate and have a vantage point that is close to campus (and STIE YKPN UPN), a restaurant and supermarket. In addition to singing hobby, this place is well suited to just hang out or a birthday party, gathering, social gathering, reunion and the like. Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta is a karaoke family that combines the convenience of customers, audio visual and sophisticated collection of songs that are always updated. Entering the competition is getting tougher in the entertainment industry is a kind of karaoke family Family Fun Yogyakarta require marketing communications strategy in order to increase the number of visitors. Based on the issues outlined above, the authors are interested in doing research with the title of Marketing Communication Strategies Increase Number of Visitors In The Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta. This type of research is a qualitative descriptive research, descriptive research aims to describe a situation or event. Data collection techniques to be used in this study is through an interview or interviews. Validity of the technique used in this study is the triangulation of data sources. Based on the results of research and discussion we can conclude that, in conducting marketing communication strategy consists of three stages. The first stage is the planning stage. At this stage the Family Fun karaoke keluarga Yogyakarta planning what to use media in marketing communications strategy. The second stage is the implementation of the planned strategy, and the third stage is the stage of evaluation. At this evaluation stage manager of Family Fun Family Karaoke routinely evaluate every once in a week. This evaluation is intended for marketing strategies that have been implemented effectively or not. Assessment is effective or not implemented marketing strategy by looking at an increase in visitors. It also discusses the evaluation phase of the input from visitors who will also be one of the marketing communications strategy.