

ABSTRAK

Faizah Turrodiyah B06212050 Strategi Komunikasi Pemasaran Yayasan Pesantren Nurul Falah Surabaya dalam meningkatkan jumlah konsumen. Skripsi program studi Ilmu Komunikasi fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah merupakan lembaga yang memproduksi buku metode Tilawati merupakan lembaga yang sudah berkembang. Terbukti dengan kepemilikan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah memiliki 52 cabang, 69 KPA (coordinator pengembangan Al-Qur'an), dan 5.636 lembaga yang tersebar di seluruh Indonesia dan dua diluar Negeri yaitu: (Malaysia dan Singapura). Selama tahun 2000-2016 Yayasan Pesantren Nurul Falah mengalami Stagnasi dalam pertumbuhan keuntungannya, Hal ini tidak terlepas dari perannya komunikasi pemasaran dalam menarik minat para konsumen khususnya pada para lembaga, cabang dan masyarakat umum yang sudah menjadi anggota metode penelitian Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah. Oleh karena itu, Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui atau menemukan gambaran tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah.

Komunikasi pemasaran merupakan kunci bagi setiap perusahaan khususnya Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah sebagai lembaga yang memproduksi buku metode tilawati.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara wawancara kepada kepala pimpinan pemasaran dan sekretaris. Dan juga pengumpulan dokumen sebagai penunjang hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan mengenai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah dalam meningkatkan jumlah konsumen. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh bagian Pemasaran adalah dengan cara memasang iklan melalui media massa, pemberian diskon untuk semua anggota, pemberian pembinaan kepada lembaga yang sudah menjadi anggota untuk menarik jumlah konsumen, penjualan tatap muka (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran.

Kata Kunci :Strategi Komunikasi Pemasaran, perencanaan komunikasi pemasaran, tindakan komunikasi pemasaran.