

**STRATEGI PROMOSI NAKAMURA *THE HEALING TOUCH*
PANDEGA DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN
TAHUN 2016-2017**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun oleh :

**Laila Nur Arofah
20130530162**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 4 Desember 2017
Tempat : Ruang Rapat IK
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



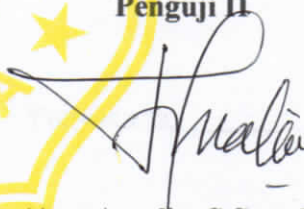
(Dr. Suciati, S.Sos., M.Si.)

Penguji I



(Sovia Sitta Sari S.IP., M.Si)

Penguji II



(Ayu Amalia, S.Sos., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada tanggal 4 Desember 2017.

Mengetahui,



(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Laila Nur Arofah
No. Mahasiswa : 20130530162
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Advertising*
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Promosi Nakamura *The Healing Touch* Pandega
Dalam Menarik Minat Konsumen Tahun 2016-2017

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, _____

Laila Nur Arofah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puja dan puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH Subhanallahu Wata'ala dan Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wassallam atas anugerahnya yang telah memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi Strata 1 (S-1). Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk:

1. **Suamiku** yang selalu menemani pengerjaan skripsi yang telah dikerjakan ini serta memberikan dukungan secara moril dan material. Alhamdulillah berkat bantuan do'a, istrimu ini mampu mengerjakan dan menyelesaikan karya ini dengan baik dan lancar sesuai target yang telah kami tentukan.
2. **Ibuku** yang selalu memberikan do'a yang tiada henti-hentinya kepada anaknya agar diberikan kemudahan dalam mengerjakan karya skripsi ini. Terima kasih ibuku yang telah sabar menanti kelulusan anakmu ini, terima kasih atas dukungan material untuk anakmu dalam memperoleh ilmu setinggi-tingginya. Alhamdulillah, atas izin-Nya gelar ini saya persembahkan untukmu ibuku.
3. **Bapakku** yang telah memberikan semangat dan do'a dalam mengerjakan karya ini. Alhamdulillah, anakmu ini dapat mengerjakan skripsi ini dengan lancar.
4. **Ibu dan Bapak mertua** yang telah memberikan dukungan moril kepada anaknya ini agar segera menyelesaikan masa studi dengan baik dan lancar.
5. **Adikku** yang telah menemani separuh perjalanan pengerjaan skripsi ini khususnya pada saat melakukan penelitian. Terimakasih atas bantuannya, Alhamdulillah skripsi kakakmu ini telah selesai.
6. **Teman-teman Nakamura *The Healing Touch* Pandega** yang telah menerima saya dengan baik dan memberikan ilmu serta waktunya pada saat melakukan

penelitian selama ini. **Sri Kuncoro** selaku *supervisor* Nakamura *The Healing Touch* Pandega yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan waktunya untuk diwawancarai dan dengan senang hati membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi yang telah berlangsung.

7. **Teman-teman bimbingan Ibu Suci** yang telah memberikan bantuan saran, masukan dan ilmunya mengenai penelitian, buku dan juga materi yang berkaitan mengenai skripsi.
8. **Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi seluruh angkatan** yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas *sharing* ilmunya selama kuliah dan juga selama menyelesaikan masa skripsi.
9. **Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi peminatan *Advertising*.**
10. **Seluruh dosen pengajar, seluruh staf Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.**
11. **Seluruh teman-teman KKN 40 tahun 2016** yang telah memberikan ilmunya serta membantu proses awal mencari judul untuk skripsi ini.
12. Teman-teman lain di luar sana yang selalu mendukung saya menyelesaikan masa studi. Terimakasih sebesar-besarnya untuk kalian semua.

MOTTO

“*Jangan
Menyerah,
Sebelum
Berusaha*”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kami panjatkan atas kehadiran ALLAH Subhanallahu Wata'ala, karena atas limpahan rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Nakamura *The Healing Touch* Pandega Dalam Menarik Minat Konsumen Tahun 2016-2017” guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017. Shalawat serta salam penulis memohon kepada ALLAH Subhanallahu Wata'ala agar disampaikan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wassallam dan para sahabatnya yang telah menuntun kami pada ajaran Islam di muka bumi ini dan memikirkan keselamatan umatnya untuk tetap di jalan yang benar sampai akhir hayatnya. Semoga kita termasuk golongan yang mendapat syafa’atnya di akhirat nanti.

Pencapaian besar ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.

4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama bangku kuliah.
6. Seluruh staff Ilmu Komunikasi yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu mempermudah segala hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan Skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pusat informasi dan partner yang baik.
7. Seluruh staff perpustakaan pusat yang telah membantu selama ini.
8. Sri Kuncoro selaku staff Nakamura The Healing Touch Pandega yang telah memberikan informasi dan data untuk penulisan Skripsi ini.
9. Seluruh karyawan Nakamura *The Healing Touch* yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membantu penyelesaian Skripsi ini.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan seluruh mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi. Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu kritik dan saran dapat penulis jadikan sebagai bahan evaluasi. Semoga persembahan ini dapat selalu memberikan manfaat.

Penulis

Laila Nur Arofah

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Jasa.....	11
2. Strategi Promosi Jasa.....	13
a. Proses Perencanaan.....	16
b. Proses Implementasi.....	29
c. Pengendalian dan Kontrol.....	31
F. Penelitian Terdahulu	32
G. Metodologi Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Sumber Data.....	35

4. Teknik Pengambilan Informan.....	35
5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
6. Teknik Analisis Data.....	38
7. Validitas Data.....	40
BAB II PROFIL NAKAMURA <i>THE HEALING TOUCH</i>	42
A. Sejarah Teknik Pijat Terapi <i>Seitai</i>	42
B. Sejarah Nakamura <i>The Healing Touch</i>	44
C. Logo Nakamura <i>The Healing Touch</i>	46
D. Ikon Nakamura <i>The Healing Touch</i>	46
E. Visi dan Misi Nakamura <i>The Healing Touch</i>	47
F. Keunggulan Nakamura <i>The Healing Touch</i>	47
G. Prestasi Nakamura <i>The Healing Touch</i>	49
H. Struktur Organisasi.....	54
I. Fasilitas di Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega.....	55
J. Terapis Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega.....	56
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	58
A. Sajian Data.....	58
1. Proses Perencanaan Strategi Promosi.....	59
2. Proses Implementasi Strategi Promosi.....	87
3. Proses Pengendalian dan Evaluasi.....	111
B. Pembahasan.....	114
1. Proses Perencanaan Strategi Promosi.....	115
2. Implementasi Promosi.....	140
3. Proses Pengendalian dan Evaluasi.....	160
BAB IV PENUTUP	163
A. Kesimpulan.....	163
B. Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	166
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Tempat Pijat di Yogyakarta

Tabel 2. Jumlah Konsumen Nakamura *The Healing Touch* Pandega tahun 2017

Tabel 3. Keunggulan Nakamura

Tabel 4. Daftar Harga Nakamura *The Healing Touch* Pandega

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Komponen Proses Implementasi

Gambar 2. Tujuan Kegiatan Evaluasi

Gambar 3. Komponen-Komponen Analisis Data: Model Interaktif

Gambar 4. Logo Nakamura

Gambar 5. Ikon Nakamura

Gambar 6. Penerimaan Penghargaan dari Kementerian Ketenagakerjaan untuk Nakamura

Gambar 7. Penerimaan Penghargaan dari Kementerian Perdagangan RI sebagai *Finalist* acara *World Franchise Summit* Indonesia

Gambar 8. Penerimaan Penghargaan dari Asosiasi *Franchise* Indonesia sebagai *Franchise Market Leader* 2014

Gambar 9. Nakamura Menerima Penghargaan sebagai TOP 8 *Franchise Start Up* 2012

Gambar 10. Nakamura Menerima Piagam Penghargaan Muri sebagai Pemrakarsa dan Penyelenggara Jasa Terapi Kesehatan

Gambar 11. Formulir *Member* Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 12. Pesan Diskon Nakamura *The Healing Touch* Pandega di Buku Daftar Harga

Gambar 13. Pesan Diskon Nakamura *The Healing Touch* Pandega di Buku Daftar Harga Saat Ulang Tahun Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 14. Filosofi Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 15. Reklame Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 16. Brosur Nakamura *The Healing Touch* Pandega Bagian Depan

Gambar 17. Brosur Nakamura *The Healing Touch* Pandega Bagian Belakang

Gambar 18. Brosur Diskon Bagian Depan Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 19. Brosur Diskon Bagian Belakang Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 20. Hasil *Screenshot Broadcast* WhatsApp Nakamura *The Healing Touch* Pandega untuk Promo *Happy Hour*, Mahasiswa dan Manula

Gambar 21. Hasil *Screenshot Broadcast* WhatsApp Ulang Tahun Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 22. *Member* Nakamura *The Healing Touch* Pandega Bagian Depan

Gambar 23. *Member* Nakamura *The Healing Touch* Pandega Bagian Belakang

Gambar 24. *Reward Point Member* Nakamura *The Healing Touch* Pandega

Gambar 25. *Voucher* Potongan Harga

Gambar 26. *Voucher Gift*

Gambar 27. *Voucher* Paket Hemat

Gambar 28. *Open-bed* Nakamura *The Healing Touch* Pandega dengan *ACE Hardware* di Ambarukmo Plaza

Gambar 29. Brosur Acara dari Mie Pasar Baru Jakarta

Gambar 30. Kegiatan *Open-bed* Nakamura *The Healing Touch* Pandega di Mie Pasar Baru Jakarta

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Elemen Bauran Promosi

Bagan 2. Struktur Organisasi Nakamura *The Healing Touch* Pandega