



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH TAHFIDZ DAARUL QUR'AN SURABAYA

Nur Fauziah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: nurfauziah@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 16 August 2016

Accepted 15 September 2016

Published 10 October 2016

Keyword:

*Strategi komunikasi
pemasaran, rumah tahfidz
daarul qur'an*

Abstract

Program Rumah Tahfidz Daarul Qur'an merupakan program yang digagas oleh Pesantren Tahfidz Daarul Qur'an, program ini mengembangkan sentra-sentra tahfidz di lingkungan masyarakat dan perusahaan. Ide dasarnya untuk membibit dan mencetak para penghafal Al-Qur'an dengan melibatkan potensi masyarakat yang ada. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Artikel ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran rumah tahfidz binaan putra surabaya yang dilakukan oleh daarul qur'an Surabaya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memahami dan menjelaskan strategi komunikasi pemasaran rumah tahfidz binaan putra surabaya yang dilakukan oleh daarul qur'an Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dilakukan secara terintegrasi dengan menggunakan beberapa elemen promosi yaitu: 1) spanduk, brosur, flyer, dan event, 2) promosi secara personal, 3) pemanfaatan database menggunakan bbm (blackberry messenger), sms (short message service), dan telepon, 4) pemanfaatan internet melalui website dan media sosial

Copyright © 2016 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Corresponding Author:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id