

ABSTRAK

Nur Fauziah, B06211024, 2015. Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Tahfidz **Daarul Qur'an Surabaya**. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Promotion Mix*

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.

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya yang dilakukan oleh Daarul **Qur'an Surabaya**. Berdasarkan rumusan masalah, maka 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.