

ABSTRAK

Muay Thai merupakan olah raga yang berasal dari negara Thailand. Olah raga ini mulai berkembang di Indonesia, khususnya di kota Bandung pada tahun 2009. *Sabai Muay Thai* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang olah raga *Muay Thai* yang terletak di kota Bandung, Jalan Gatot Subroto No. 27 Bandung. Belakangan ini olah raga *Muay Thai* di kota Bandung mulai banyak digemari oleh semua lapisan masyarakat.

Penulis melakukan penelitian mengenai bagaimana promosi yang dilakukan *Sabai Muay Thai*. Dengan memperhatikan tiga aspek dari Hurriyati yakni, *Informing*, *Persuading*, dan *Reminding*. Tujuan penelitian ini yakni; pertama, untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh *Sabai Muay Thai* dalam aspek *Informing*. Kedua, untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh *Sabai Muay Thai* dalam aspek *Persuading*. Dan ketiga, untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh *Sabai Muay Thai* dalam aspek *Reminding*. Penulis menggunakan metode deskriptif yang melukiskan dan menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi. Dengan teknik pengumpulan data yaitu angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok, observasi dan kepustakaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa; pertama, promosi yang dilakukan *Sabai Muay Thai* melalui aspek *Informing*, *twitter Sabai Muay Thai* memberikan informasi baru mengenai produk-produk yang ada di *Sabai*, *twitter Sabai Muay Thai* menyampaikan promo-promo yang ada di dalam *Sabai*, *twitter Sabai Muay Thai* menyampaikan informasi mengenai jasa-jasa yang disediakan oleh *Sabai*, dan *twitter Sabai Muay Thai* melakukan *counter attack* berupa pembelaan dan penjelasan ketika ada masalah yang berkaitan dengan *Sabai*. Kedua; promosi yang dilakukan *Sabai Muay Thai* melalui aspek *Persuading*, *twitter Sabai Muay Thai* yang menganggap bahwa *twitter Sabai Muay Thai* dapat mengarahkan *followers* untuk memilih produk yang ditawarkan oleh *Sabai*, *twitter Sabai Muay Thai* dapat merubah persepsi positif (kualitas barang) pelanggan terhadap produk dari *Sabai* dan *twitter Sabai Muay Thai* dapat mendorong dan membujuk *followers* untuk menjadi konsumen atau pelanggan dari *Sabai*. Ketiga; promosi yang dilakukan *Sabai Muay Thai* melalui aspek *Reminding*, *twitter Sabai Muay Thai* menganggap bahwa *twitter Sabai* dapat mengingatkan *followers Sabai* akan pentingnya olah raga untuk menjaga kesehatan, *twitter Sabai* membuat *followers* menyadari mengenai pentingnya olah raga *Muay Thai* dan ini merupakan *lifestyle* dalam dunia olah raga dan *twitter Sabai* akan membuat para calon pelanggannya mengingat *Sabai Muay Thai* walaupun tidak ada iklan.