

INTISARI

Personal trainer yang bekerja pada tempat *fitness* merupakan pendamping atau pelatih (*coach*) bagi member *gym* yang ingin memulai latihan namun masih belum memiliki pengalaman maupun pengetahuan mengenai *fitness*. *Adonis Fitness* dan *Master Gym* merupakan beberapa tempat *fitness* yang berada di Yogyakarta. *Personal trainer* dapat menjadi salah satu faktor untuk menunjang kemajuan serta perkembangan dari suatu tempat *fitness* sehingga dapat menarik *client* untuk mendaftar pada tempat *fitness* tersebut. Beberapa tempat *fitness* seperti *Adonis Fitness* dan *Master Gym* sering kali kurang memaksimalkan pemasaran terhadap *personal trainer*. Hal tersebut disebabkan oleh tujuan utama mereka sebagai tempat *fitness* yaitu mencari member untuk dapat bergabung sehingga kurang memberi dukungan kepada *personal trainer* untuk dapat menunjang kualitas serta pemasaran para *personal trainer* tersebut. Dalam hal ini, pemasaran pada *personal trainer* perlu untuk dilakukan dengan maksimal karena secara tidak langsung dapat sekaligus memasarkan tempat *fitness* itu sendiri. Teori yang dipakai untuk menganalisis permasalahan ini adalah teori komunikasi pemasaran terpadu. Dengan demikian penulis berharap dapat menemukan solusi mengenai komunikasi pemasaran terpadu terhadap *personal trainer*, khususnya *personal trainer* yang bekerja di *Adonis Fitness* dan *Master Gym*.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran terpadu, *gym*, *fitness*, *personal trainer*.