

## ABSTRAK

**Mochamad Rafi Aziz (2022):** “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Siswa-Siswi SMK Ma’arif Terpadu Cicalengka”

Dalam meningkatkan minat para pelanggan jasa pendidikan yaitu calon siswa-siswi adalah dengan menerapkan strategi komunikasi yang baik. Strategi promosi merupakan kiat-kiat didalam aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menarik minat para calon siswa-siswi dan memenangkan persaingan antar sekolah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa dan menelaah perihal strategi yang ada di SMK Ma’arif Terpadu Cicalengka dalam meningkatkan minat calon siswa-siswinya dengan menggunakan bauran promosi jasa pendidikan sebagai alat promosi produk keunggulan sekolah yang lebih menekankan pada 6 unsur bauran (komunikasi pribadi, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, materi intruksional, desain organisasi). Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Nara sumber dalam wawancara ini yaitu kepala sekolah, wakasek kesiswaan, bendahara, guru, wali murid (orang tua) dan siswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik analisis kualitatif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun untuk memeriksa keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi metode dan triangulasi data.

**Kata Kunci :** komunikasi, pemasaran, strategi, jasa pendidikan, SMK Ma’arif Terpadu

## ABSTRACT

*Mochamad Rafi Aziz (2022): “Marketing Communication Strategies In Increasing The Number Of Students SMK Ma'arif Terpadu Cicalengka”*

*In increasing the interest of customers of educational services, namely prospective students, it is necessary to apply a good communication strategy. Promotional strategies are tips in marketing communication activities carried out by educational institutions to attract prospective students and win competition between schools. The purpose of this study is to analyze and examine the existing strategies at Cicalengka Integrated Ma'arif Vocational High School in increasing the interest of prospective students by using the educational service promotion mix as a promotional tool for school excellence products which emphasizes more on the 6 elements of the mix (personal communication, advertising, sales promotion, public relations, instructional materials, organizational design). While the method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques in this study through interviews, observation and document study. The resource persons in this interview were the principal, deputy head of student affairs, treasurer, teacher, student guardian (parents) and students. The data analysis used in this study was qualitative analysis techniques which included data collection, data reduction, data presentation and conclusion. As for checking the validity of the data, researchers used method triangulation techniques and data triangulation.*

*Keywords : communication, marketing, strategy, educational services, SMK  
Ma'arif Terpadu Cicalengka*

## RINGKESAN

*Mochamad Rafi Aziz (2022) : "Strategi Komunikasi Pemasaran dina Ngaronjatkeun Jumlah Siswa SMK Terpadu Ma'arif Cicalengka"*

*Dina ngaronjatkeun minat nasabah jasa pendidikan, nya éta calon mahasiswa, nya éta ku cara ngalaksanakeun stratégi komunikasi anu hadé. Stratégi promosi mangrupa kiat-kiat dina kagiatan komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku lembaga atikan pikeun narik minat calon siswa jeung meunang kompetisi antar sakola. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun nganalisis jeung nalungtik stratégi anu aya di SMK Ma'arif Terpadu Cicalengka dina ngaronjatkeun minat calon siswa kalawan ngagunakeun bauran promosi jasa pendidikan minangka sarana promosi produk unggulan sakola anu nekenkeun 6 unsur campuran. (komunikasi pribadi, iklan, promosi penjualan, humas, bahan instruksional, desain organisasi). Sedengkeun métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode kualitatif kalawan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan ngaliwatan wawancara, observasi jeung studi dokumén. Narasumber dina ieu wawancara nya éta kepala sakola, wakil kapala kemahasiswaan, bendahara, guru, wali (orang tua) jeung siswa. Analisis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta téhnik analisis kualitatif anu ngawengku ngumpulkeun data, réduksi data, penyajian data jeung penarikan kacindekan. Sedengkeun pikeun mariksa validitas data, panalungtik ngagunakeun téhnik triangulasi métode jeung triangulasi data.*

*Kata Kunci : komunikasi, pemasaran, strategi, layanan pendidikan, SMK Ma'arif Terpadu*