

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berusaha memaparkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh SMP Pembangunan Jaya, Bintaro, Tangerang Selatan pada tahun 2016-2017 dalam menarik peserta didik mulai dari: tahap riset, penentuan audiens, penganggaran, penentuan tujuan, pembuatan keputusan strategis, pembuatan taktik, implementasi, dan pengontrolan. Teori-teori dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran, dan skema IMC RABOSTIC (*Research, Audiences, Budgeting, Objectives, Strategies, Tactics, Implementation, dan Control*). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data sekunder berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis melalui metode pengumpulan data yang kemudian direduksi, hingga menjadi sajian data untuk dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian adalah SMP Pembangunan Jaya telah melakukan strategi komunikasi pemasaran sesuai dengan IMC RABOSTIC. Namun ada beberapa strategi komunikasi pemasaran yang kurang efektif dikarenakan faktor komunikasi internal dan keinginan pasar. Untuk itu perlu peningkatan dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di tahun mendatang, supaya orang tua murid dan murid tertarik untuk mendaftar di SMP Pembangunan Jaya.

**Kata kunci:** Pemasaran, Strategi komunikasi pemasaran, RABOSTIC.

## ABSTRACT

*This research undertake to explain marketing communication strategy conducted by SMP Pembangunan Jaya, Bintaro, Tangerang Selatan in 2016-2017 by attracting students from the stages of: research, determining audiences, budgeting, objective setting, strategic decision making, tactic making, implementation, and controlling. Theories in this research were communication strategies, marketing communication, marketing communication strategies, and scheme of IMC RABOSTIC (Research, Audiences, Budgeting, Objectives, Strategies, Tactics, Implementation, and Control). Type of this research was study case research with qualitative approach. Data collected were primary data and secondary data of interview, observation, documentation, and literature study. Technique of analysis was through data collecting method, then it is reduced to data presentation to draw the conclusion. The result of the research was that SMP Pembangunan Jaya had conducted marketing communication strategy according to IMC RABOSTIC. However, there were marketing communication strategies which were not effective because of internal communication and what market wants. Thus, it needs plan and marketing communication strategy implementation in the future, so that parents and students are interested to register at SMP Pembangunan Jaya.*

**Key words:** *Marketing, Marketing communication strategy, RABOSTIC.*