

## ABSTRAK

Strategi dalam komunikasi ialah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, akan tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah siswa. Adapun aktifitas strategi komunikasi yang dilakukan SMK Sjakhyakirti Palembang ialah dengan menggunakan banner dan brosur yang disebar ke tiap SMP, dan hal ini dilakukan dalam rangka promosi sekolah pada khalayak dan kegiatan promosi seperti ini masih berlangsung bertahun-tahun hingga saat ini. Saat ini perkembangan zaman di era globalisasi dan kemajuan teknologi di bidang pemasaran telah membawa dampak persaingan yang ketat dalam melakukan promosi sekolah. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori komunikasi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh SMK Sjakhyakirti Palembang dengan menggunakan teori komunikasi pemasaran secara maksimal dapat membantu penambahan jumlah siswa, hal ini dapat dilihat pada tahun 2019/2020 jumlah siswa yang dimiliki SMK Sjakhyakirti Palembang mengalami peningkatan dibandingkan tahun ajaran sebelumnya.

**Kata kunci:** Strategi, Komunikasi, Komunikasi Pemasaran

## **ABSTRACT**

*Strategy in communication is a way of managing the implementation of communication operations to be successful. Communication strategy is essentially planning and management to achieve a goal. And to achieve this goal, the strategy does not function as a road map that only shows the direction, but must also show the operational tactics. This study aims to determine the communication strategy in increasing the number of students. The communication strategy activities carried out by SMK Sjakhyakirti Palembang are using banners and brochures that are distributed to each junior high school, and this is done in the context of promoting the school to the public and promotional activities like this are still going on for years until now. Currently, the development of the era in the era of globalization and technological advances in the field of marketing has brought the impact of fierce competition in conducting school promotions. In this research, used descriptive qualitative method with marketing communication theory. The results show that the communication strategy used by SMK Sjakhyakirti Palembang by using marketing communication theory can maximally help increase the number of students, this can be seen in 2019/2020 the number of students owned by SMK Sjakhyakirti Palembang has increased compared to the previous academic year.*

**Keywords:** *Strategy, Communication, Marketing Communication*