

Komunikasi pemasaran adalah hal mutlak bagi sebuah organisasi bisnis dalam menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, calon konsumen dan masyarakat. Komunikasi pemasaran ini merupakan sebuah bentuk strategi pemasaran jika dirancang dan dilakukan secara integratif mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Persaingan bisnis yang semakin ketat pada bisnis bimbingan belajar, mendorong Bimbingan Belajar Cantik Education Yogyakarta untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara tepat dalam rangka meningkatkan jumlah siswa. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran Bimbingan Belajar Cantik Education dalam meningkatkan jumlah siswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data terdiri dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Validitas penelitian dilakukan dengan metode triangulasi sumber yang membandingkan data hasil pengamatan berdasarkan sumber-sumber data. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Bimbingan Belajar Cantik Education dalam meningkatkan jumlah siswa menggunakan strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*), dengan menerapkan lima instrumen bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, penjualan personal dan publisitas. Dalam penelitian ini strategi yang paling tepat dalam meningkatkan jumlah siswa adalah instrumen periklanan dan promosi penjualan. Secara keseluruhan instrumen bauran promosi dirancang sebagai strategi terpadu dalam mendukung tujuan-tujuan Cantik Education, sebagai lembaga bimbingan belajar yang murah tapi berkualitas. Terobosan penting dalam strategi ini yang sangat kuat mendukung pemasaran Cantik Education adalah strategi harga yang terjangkau dan promosi melalui pemberian les Bahasa Inggris gratis.