

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	6
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10

2.1	Tinjauan Pustaka	10
2.1.1	Tinjauan Pustaka Tentang Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2	Tinjauan Pustaka Tentang Komunikasi	13
2.1.3	Tinjauan Pustaka Tentang Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4	Tinjauan Pustaka Tentang <i>Promotion Mix</i>	20
2.1.5	Tinjauan Pustaka Tentang <i>New Media</i>	31
2.1.1	Tinjauan Pustaka Tentang Media Sosial	33
2.1.2	Tinjauan Pustaka Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru.....	36
2.1.3	Tinjauan Pustakan Tentang <i>New Normal</i>	38
2.2	Kerangka Pemikiran	39
BAB III.....		43
METODE PENELITIAN		43
3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Informan Penelitian	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1	Studi Lapangan.....	47
3.3.2	Studi Pustaka.....	49
3.4	Uji Keabsahan Data	50
3.5	Teknik Analisa Data	51
3.6	Lokasi Dan Waktu Penelitian	52
3.6.1	Lokasi Penelitian	53
3.6.2	Waktu Penelitian	53
BAB IV		55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian.....	55

4.1.1	Gambaran SMK Wikrama Bogor.....	56
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	63
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian	68
4.1	Pembahasan Penelitian	119
4.2.1	<i>Advertising</i> (Periklanan) SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	120
4.2.2	<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal) SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	125
4.2.3	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan) SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	131
4.2.4	<i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat) SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	136
4.2.5	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung) SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	138
4.2.6	<i>Promotion Mix</i> SMK Wikrama Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Siswa Baru Di Masa <i>New Normal</i>	142
BAB V.....		146
PENUTUP.....		146
5.1	Kesimpulan.....	146
5.2	Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....		151
LAMPIRAN.....		155
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		199