# DAFTAR ISI

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN**

[ABSTRAK iii](#_Toc75962003)

[ABSTRACT iv](#_Toc75962004)

[RINGKESAN v](#_Toc75962005)

[KATA PENGANTAR vi](#_Toc75962006)

[DAFTAR ISI viii](#_Toc75962007)

[DAFTAR TABEL xii](#_Toc75962008)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_Toc75962009)

[DAFTAR LAMPIRAN xiv](#_Toc75962010)

[BAB I](#_Toc75962011) [PENDAHULUAN 1](#_Toc75962012)

[1.1 Konteks Penelitian 1](#_Toc75962013)

[1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian 9](#_Toc75962014)

[1.2.1 Fokus Penelitian 10](#_Toc75962015)

[1.2.2 Pernyataan Penelitian 10](#_Toc75962016)

[1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10](#_Toc75962017)

[1.3.1 Tujuan Penelitian 10](#_Toc75962018)

[1.3.2 Kegunaan Penelitian 11](#_Toc75962019)

[BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN 12](#_Toc75962020)

[2.1 Kajian Literatur 12](#_Toc75962021)

[2.1.1 Review Penelitian Sejenis 12](#_Toc75962022)

[2.2 Kerangka Konseptual 16](#_Toc75962025)

[2.2.1 Komunikasi 16](#_Toc75962026)

[2.2.1.1 Pengertian Komunikasi 16](#_Toc75962027)

[2.2.1.2 Tujuan Komunikasi 17](#_Toc75962028)

[2.2.1.3 Unsur-unsur komunikasi 18](#_Toc75962029)

[2.2.1.4 Komunikasi Pemasaran 19](#_Toc75962030)

[2.2.1.4.1 Proses Komunikasi Pemasaran 21](#_Toc75962031)

[2.2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 22](#_Toc75962032)

[2.2.2 Strategi Promosi 23](#_Toc75962033)

[2.2.2.1 Pengertian Strategi 23](#_Toc75962034)

[2.2.2.2 Pengertian Pemasaran 24](#_Toc75962035)

[2.2.2.3 Pengertian Promosi 25](#_Toc75962036)

[2.2.2.4 Tujuan Promosi 26](#_Toc75962037)

[2.2.2.5 Kegiatan Promosi 28](#_Toc75962038)

[2.2.3 Internet 33](#_Toc75962039)

[2.2.4 Media 34](#_Toc75962040)

[2.2.4.1 Pengertian Media 34](#_Toc75962041)

[2.2.5.4 Latar Belakang Instansi 35](#_Toc75962042)

[2.3 Kerangka Teoritis 35](#_Toc75962043)

[2.3.1 Promotion *Mix Theory* 35](#_Toc75962044)

[2.3.1.1 Pengertian Promotion *Mix Theory* 35](#_Toc75962045)

[2.4.Kerangka Pemikiran 38](#_Toc75962046)

[BAB III](#_Toc75962047) [SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN 42](#_Toc75962048)

[3.1 Subjek Penelitian 42](#_Toc75962049)

[3.2 Objek Penelitian 44](#_Toc75962050)

[3.2.1 Sejarah Politeknik Negeri Bandung 44](#_Toc75962051)

[3.2.1 Logo Politeknik Negri Bandung 51](#_Toc75962052)

[3.2.1 Visi dan Misi Politeknik Negeri Bandung 52](#_Toc75962053)

[3.2.1.1 Visi 52](#_Toc75962054)

[3.2.1.2 Misi 52](#_Toc75962055)

[3.2.1.3 Tujuan 53](#_Toc75962056)

[3.2 Struktur Organisasi Politeknik Negeri Bandung 53](#_Toc75962057)

[3.3 Metode Penelitian 54](#_Toc75962060)

[3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian 56](#_Toc75962061)

[3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data 57](#_Toc75962062)

[3.3.3 Rancangan Analisis Data 61](#_Toc75962063)

[3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 62](#_Toc75962064)

[3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelititan 64](#_Toc75962065)

[3.4 Lokasi Penelitian 64](#_Toc75962066)

[3.5 Jadwal Penelitian 65](#_Toc75962067)

[BAB IV](#_Toc75962068) [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 66](#_Toc75962069)

[4.1 Hasil Penelitian 66](#_Toc75962070)

[4.1.1 Profil Informan 67](#_Toc75962071)

[4.1.2 Hasil wawancara Strategi Iklan (*Advertising*) Politeknik Negeri Bandung 71](#_Toc75962072)

[4.1.3 Hasil wawancara Strategi Promosi Penjualan Politeknik Negeri Bandung 77](#_Toc75962073)

[4.1.4 Hasil wawancara Strategi Penjualan Personal Politeknik Negeri Bandung 84](#_Toc75962074)

[4.1.5 Hasil wawancara Strategi Pemasaran Langsung Politeknik Negeri Bandung 89](#_Toc75962075)

[4.2 Pembahasan 94](#_Toc75962076)

[4.2.1 Strategi Iklan (*Advertising*) Politeknik Negeri Bandung Di Era Pandemi Covid-19 95](#_Toc75962077)

[4.2.2 Strategi Promosi Penjualan Politeknik Negeri Bandung Di Era Pandemi Covid-19 101](#_Toc75962078)

[4.2.3 Strategi Penjualan Pesonal Politeknik Negeri Bandung Di Era Pandemi Covid-19 105](#_Toc75962079)

[4.2.4 Strategi Pemasaran Langsung Politeknik Negeri Bandung Di Era Pandemi Covid-19 106](#_Toc75962080)

[4.2.5 Analisis Kompeherensif Strategi Promosi Politeknik Negeri Bandung Di Era Pandemi Covid-19 108](#_Toc75962081)

[BAB V](#_Toc75962082) [KESIMPULAN DAN SARAN 114](#_Toc75962083)

[5.1 Kesimpulan 114](#_Toc75962084)

[5.2 Saran 115](#_Toc75962085)

[**DAFTAR PUSTAKA** 116](#_Toc75962086)

**LAMPIRAN…………………………………………………………………....**117