

**KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN
MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH
ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026
(Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung)**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu komunikasi
Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:
FIRMAN AL RIZKI BAIHAQI
NIM : 2270201094

**UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANDUNG
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN
MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH
ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026
(Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung)**

Diajukan oleh :

Firman Al Rizki Baihaqi

Nim : 2270201094

Telah disetujui oleh :

Pembimbing skripsi



Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN: 0410087803

Tanggal

18 Juni 2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN
MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH
ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026
(Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Firman Al Rizki Baihaqi

2270201094

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 1 Juli 2026

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi: Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NUPTK:0033776677230283

(*Marina*)

Penguji 1: Enung Nurhayati, S.Sos., M.Si.
NUPTK: 0149758659237173

(*Enung*)

Penguji 2: Nazmi Abdurahman, S.Sos., M.Sos.
NIDN: 0413049203

(*Nazmi*)

Bandung, 27 Juli 2026

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Sali Al-Aitaam

(Signature)

Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN: 0410087803

LEMBAR PERNYATAAN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini yang berjudul KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026 (Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung) merupakan hasil karya saya sendiri, tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan karya orang lain kecuali yang telah dicantumkan sumbernya dengan jelas.

Bandung, 20 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Firman Al Rizki Baihaqi

2270201094

MOTTO

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

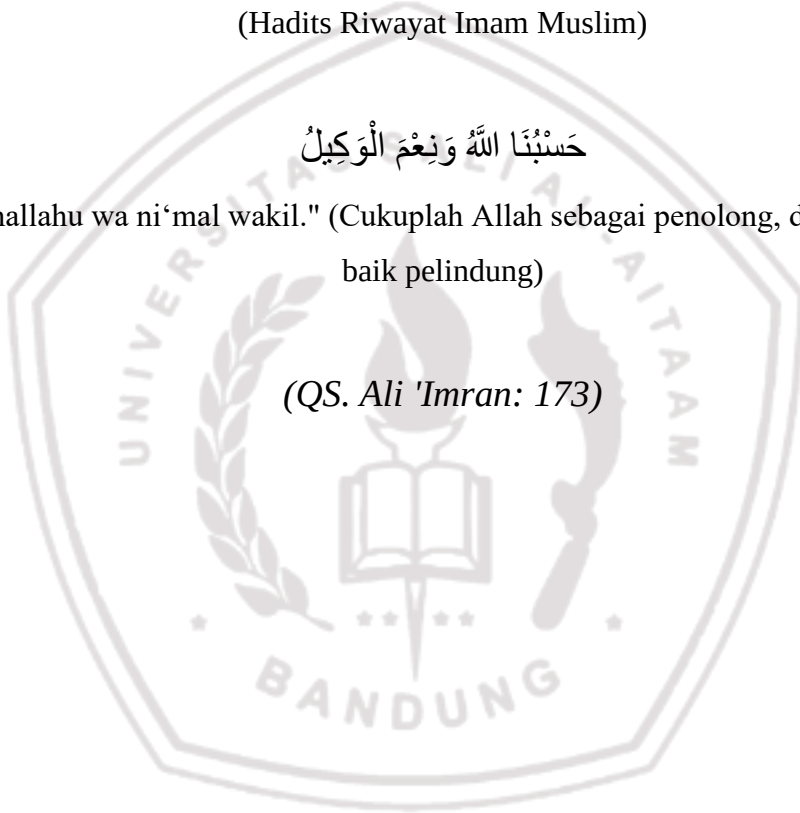
Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga

(Hadits Riwayat Imam Muslim)

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

"Hasbunallahu wa ni'mal wakil." (Cukuplah Allah sebagai penolong, dan Dia sebaik-baik pelindung)

(QS. Ali 'Imran: 173)



LEMBAR DEDIKASI

Skripsi ini penulis dedikasikan dengan sepenuh hati kepada orang tua tercinta, Ibu Nunung Widaningsih dan keluarga besar juga civitas akademika kampus Universitas Sali Al-Aitaam.



**KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN
MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH
ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026
(Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung)**

Firman Al Rizki Baihaqi, 2026, Dery Fitriadi Ginanjar, M.I.Kom,

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sali Al-Aitaam

firman.al.rizqi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada persaingan antar sekolah menengah kejuruan di kabupaten bandung yang semakin ketat dan terus berproses untuk pengembangan yang menerapkan perencanaan komunikasi pemasaran efektif dalam menarik calon peserta didik baru pada lembaga Pendidikan. SMK Mahaputra Cerdas Utama sebagai sekolah swasta yang berdiri sejak 2016 dengan mempunyai dua program keahlian unggulan yaitu Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Pengembangan Perangkat Lunak dan Gim (PPLG), yang menghadapi tantangan tersebut melalui pelaksanaan sistem penerimaan murid baru (SPMB) Tahun 2026. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui analisis perencanaan komunikasi pemasaran yang diterapkan SMK Mahaputra Cerdas Utama dalam proses SPMB tahun 2026. Penelitian ini menghadirkan kebaruan (Novelty) berupa penempatan model AIDA sebagai satu-satunya kerangka analisis komunikasi pemasaran pada konteks SPMB SMK. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan Kepala Sekolah, Ketua panitia SPMB, dan Tata Usaha Bendahara SPMB, Calon Orang Tua dan Siswa, serta didukung oleh observasi dan studi dokumentasi, dengan menggunakan teori model AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*) yang dikemukakan oleh E. St. Elmo Lewis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian calon peserta didik terbentuk secara efektif melalui kombinasi media digital, media cetak, dan sosialisasi langsung ketertarikan tumbuh signifikan didorong oleh portofolio karya siswa, fasilitas sekolah, dan status akreditasi A keinginan mendaftar diperkuat oleh prestasi sekolah, pembentukan karakter siswa, dan kebijakan pembiayaan yang inklusif sedangkan keputusan mendaftar terealisasi melalui mekanisme pendaftaran yang jelas dan komunikasi aktif mengenai program subsidi biaya sekolah. Penelitian ini menghasilkan dan menyimpulkan bahwa keempat tahap AIDA saling berkaitan dan membentuk Model Komunikasi Pemasaran SPMB SMK Mahaputra Cerdas Utama, yang menggambarkan bagaimana perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan calon peserta didik saling memengaruhi hingga terwujudnya keputusan akhir untuk mendaftar.

Kata kunci: **Komunikasi Pemasaran, Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB), AIDA, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), SMK Mahaputra Cerdas Utama**

**MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ADMISSION SYSTEM
OF NEW STUDENTS AT HIGH SCHOOL/VOCATIONAL
SCHOOL LEVEL IN BANDUNG REGENCY IN 2026
(Case Study at Mahaputra Cerdas Utama Vocational High School, Bandung
Regency)**

**Firman Al Rizki Baihaqi, 2026, Dery Fitriadi Ginanjar, M.I.Kom,
Faculty of Communication Sciences, Sali Al-Aitaam University
firman.al.rizqi@gmail.com**

ABSTRACT

This research is based on the increasingly tight competition between vocational high schools in Bandung Regency and continues to develop by implementing effective marketing communication planning in attracting prospective new students to educational institutions. SMK Mahaputra Cerdas Utama as a private school established in 2016 with two superior expertise programs, namely Visual Communication Design (DKV) and Software and Game Development (PPLG), which faces these challenges through the implementation of the new student admission system (SPMB) in 2026. This study aims to describe and determine the analysis of marketing communication planning implemented by SMK Mahaputra Cerdas Utama in the SPMB process in 2026. This study presents a novelty in the form of placing the AIDA model as the only marketing communication analysis framework in the context of SPMB SMK. This study uses qualitative methods and a case study approach. Data were obtained through interviews with the Principal, Chair of the SPMB committee, and the SPMB Treasurer Administration, Prospective Parents and Students, and supported by observation and documentation studies, using the AIDA model theory (Awareness, Interest, Desire, Action) proposed by E. St. Elmo Lewis. The results of the study indicate that the attention of prospective students is formed effectively through a combination of digital media, print media, and direct socialization. Interest grows significantly driven by student work portfolios, school facilities, and A accreditation status. The desire to register is strengthened by school achievements, student character building, and inclusive financing policies, while the decision to register is realized through a clear registration mechanism and active communication regarding the school fee subsidy program. This study produces and concludes that the four AIDA stages are interrelated and form the Marketing Communication Model of SMK Mahaputra Cerdas Utama SPMB, which describes how the attention, interest, desire, and actions of prospective students influence each other until the final decision to register is realized.

Keywords: Marketing Communication, New Student Admission System (SPMB), AIDA, Vocational High School (SMK), SMK Mahaputra Cerdas Utama

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas limpahan rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SISTEM PENERIMAAN MURID BARU TINGKAT SEKOLAH MENENGAH ATAS/KEJURUAN DI KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2026 (Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kabupaten Bandung)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sali Al-Aitaam.

Selama menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, pekerjaan ini tidak akan selesai. Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Sali Iskandar, M.M (Alm) selaku Pendiri, Perintis dan Pembina Universitas Sali Al-Aitaam
2. Fatimah Nurjannati Iskandar, SE., M.Ak, selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam
3. Andri Asmari, S.E., M.M selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kurikulum Universitas Sali Al-Aitaam
4. Dian Haerana, S.T, selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Sarana Prasarana Universitas Sali Al-Aitaam
5. Ir. Arif Nugraha, M.M, selaku Wakil Rektor III Bidang Adm Kemahasiswaan dan PMB Universitas Sali Al-Aitaam
6. Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam sekaligus dosen wali.
7. Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam sekaligus dosen pembimbing skripsi.

8. Wusana Bayu P, S.Pt., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam
9. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi 1) Deli Luthfi, S.Sos., M.Sos, 2) Enung Nurhayati, S.Sos., M.Si, 3) Lina Wiyarsih, S.Sos., M.I.Kom 4) M. Hanif Fatahillah Iskandar, S.I.Kom., M.I.Kom 5) Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom, 6) Mia Tania, S.I.Kom., M.I.Kom, 7) Nazmi Abdurahman, S.Sos., M.Sos 8) Ogy Mahendra, S.I.Kom., M.I.Kom, 9) Ryan Suherlan, S.I.Kom., M.I.Kom.

10. Jajaran civitas akademika Universitas Sali Al-Aitaam

Selama menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa, bantuan dan dukungan dari keluarga, sahabat dan teman. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Nunung Widaningsih yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, perhatian, serta doa yang tiada henti dan juga keluarga besar.
2. kepada Ibu Siti Rodiyah, S.pd., Deni Setiawan, S.St.,Gr., Enjang Suryana, S.A.B., ibu siti, Pak Farid, S.Sos. SMK Mahaputra Cerdas Utama yang telah memberikan izin, penelitian di SMK Mahaputra Cerdas Utama.
3. Teman-teman seperjuangan angkatan 22 Ilmu Komunikasi, yang sudah membantu dan saling support.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak terutama penulis sendiri.

Bandung, 16 Juli 2026

Penulis

Firman Al Rizki Baihaqi

2270201094

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Konteks Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	6
1.2.1.Fokus Penelitian.....	6
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3.Tujuan Penelitian.....	7
1.4.Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1.Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2.Kegunaan Praktis	8
1.5.Setting Penelitian.....	9
1.5.1. Lokasi	9
1.5.2. Waktu.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1.Review Hasil Penelitian Sejenis	11
2.2. Tinjauan Teoritis dan Kerangka Pemikiran	20

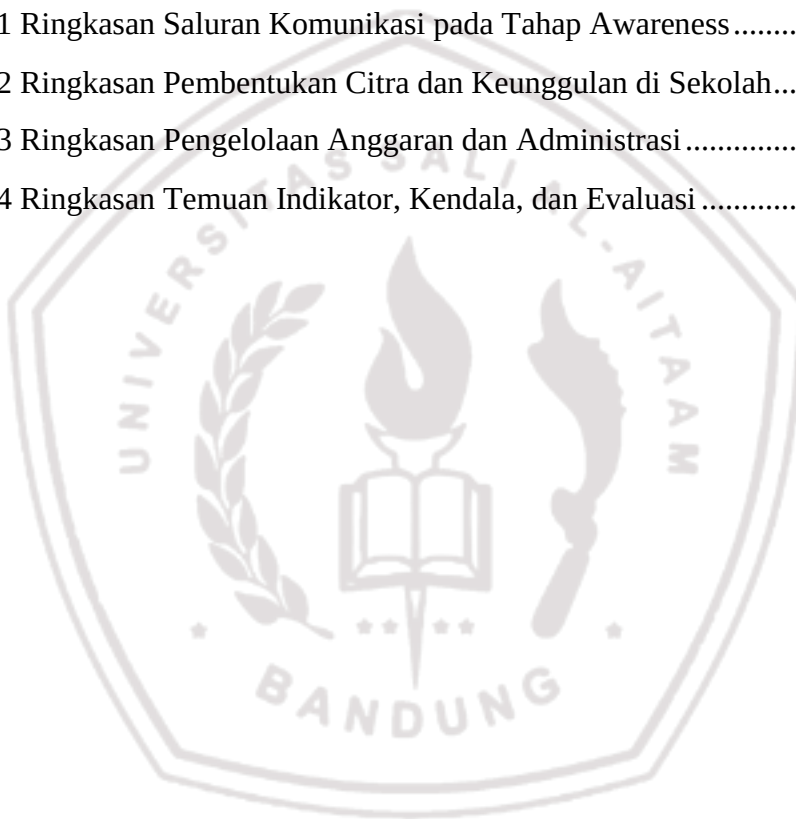
2.2.1. Tinjauan Teoritis.....	20
2.2.2. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Metodologi Penelitian	30
3.1.1. Paradigma, Metode, dan Pendekatan Penelitian.....	30
3.1.2. Subjek Penelitian	35
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data	40
3.1.4. Teknik Analisis Data	44
3.1.5. Uji Validasi Data	45
3.2. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
3.2.1. Lokasi Penelitian	47
3.2.2. Waktu Penelitian.....	47
BAB IV HASIL TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Hasil Temuan Penelitian	49
4.1.1. Komunikasi Pemasaran melalui Media Digital dan Sosialisasi Langsung	50
4.1.2. Pembentukan Citra, Identitas, dan Keunggulan Kompetitif Sekolah	57
4.1.3. Pengelolaan Anggaran Promosi, Administrasi Pendaftaran, dan Kebijakan Keringanan Biaya.....	63
4.1.4. Indikator Keberhasilan, Kendala, dan Evaluasi Pelaksanaan SPMB	68
4.2. Analisis dan Pembahasan.....	76
4.2.1. Analisis Pembahasan Media Digital Awareness	76
4.2.2. Analisis Citra Identitas <i>Interest</i>	78
4.2.3. Analisis Anggaran Administrasi <i>Desire</i>	81
4.2.4. Analisis Keberhasilan Evaluasi <i>Action</i>	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran.....	94
5.2.1. Saran Teoritis.....	94

5.2.2. Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Time Stamp Pengerjaan Skripsi.....	10
Tabel 2.1 <i>Review</i> Hasil Penelitian Sejenis	17
Tabel 3.1 Daftar Narasumber Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Informan Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Ringkasan Saluran Komunikasi pada Tahap Awareness.....	56
Tabel 4.2 Ringkasan Pembentukan Citra dan Keunggulan di Sekolah.....	63
Tabel 4.3 Ringkasan Pengelolaan Anggaran dan Administrasi.....	68
Tabel 4.4 Ringkasan Temuan Indikator, Kendala, dan Evaluasi	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Poster Penerimaan Murid Baru Tahun 2026	3
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Poster Penerimaan Murid Baru Instagram dan TikTok	50
Gambar 4.1 Media Cetak dan Media Sosial SPMB 2026	51
Gambar 4.1 Promosi Profil SMK Mahaputra di SMP	52
Gambar 4.1 Presentasi Tim SPMB ke Sekolah.....	53
Gambar 4.1 Rapat Sosialisasi Tim Sekolah	54
Gambar 4.1 Sinkronisasi Jurusan dengan Perusahaan	55
Gambar 4.2 Fasilitas Sekolah.....	58
Gambar 4.2 Suasana Upacara di Halaman Gedung Sekolah	59
Gambar 4.2 Program Jurusan Sekolah.....	60
Gambar 4.2 Konten Video Edukasi Siswa di Instagram.....	61
Gambar 4.3 Proses Administrasi Pendaftaran.....	64
Gambar 4.3 Proses Informasi Alur Pendaftaran	66
Gambar 4.3 Promosi Brosur SPMB di SMP	67
Gambar 4.4 Waktu Periode Pendaftaran.....	70
Gambar 4.2 Model Analisis Penyampaian Pesan Awareness	80
Gambar 4.2 Model Analisis Identitas dan Citra Sekolah Interest	83
Gambar 4.2 Model Analisis Administrasi Pendaftaran (Desire)	86
Gambar 4.2 Model Analisis Evaluasi Pelaksanaan SPMB (Action).....	89
Gambar 4.4 Model Akhir Komunikasi Pemasaran SMK Mahaputra Cerdas Utama .	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian Universitas	102
Lampiran 2. Surat Keterangan Selesai Penelitian	103
Lampiran 3. Dokumen-Dokumen yang Relevan dengan Penelitian.....	104
Lampiran 4. Pedoman Wawancara	105
Lampiran 5. Pedoman dan Cek List Observasi	111
Lampiran 6. Transkripsi Hasil Wawancara.....	112
Lampiran 7. Catatan Observasi	138
Lampiran 8. Proses Tipikasi/Klasifikasi/Kategorisasi Data	139

