

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Kerangka Pemikiran dan Konsep.....	9
1.5.1 Teori Kumpulan Tindakan .....	9
1.5.2 Iklan.....	11
1.5.3 Media Luar Ruang.....	12

1.5.4	Media Iklan Alternatif .....	13
1.5.5	Alur dan Kerangka Berpikir .....	14
<b>BAB II.</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1	Kedudukan Komunikasi di dalam Kehidupan .....	15
2.2	Iklan.....	17
2.3	Media Periklanan: Media Periklanan ATL, BTL, dan TTL.....	20
2.4	Media-Media dalam Periklanan .....	23
2.5	Media Iklan Luar Ruang .....	31
2.6	Pitpaganda Sebagai Media Iklan Luar Ruang Alternatif .....	37
2.7	Penelitian Terdahulu .....	38
<b>BAB III.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Jenis Data .....	42
3.3	Teknik pengumpulan Data .....	42
3.3.1	Wawancara .....	43
3.3.2	Observasi .....	44
3.3.3	Dokumentasi .....	45
3.4	Lokasi Penelitian .....	45
3.5	Objek dan Subjek Penelitian .....	45
3.6	Teknik Analisa Data.....	45
3.7	Uji Validitas Data.....	47
<b>BAB IV.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1	Profil Pitpaganda.....	49
4.1.1	Sejarah PW <i>Production</i> .....	49
4.1.2	Visi dan Misi Pitpaganda .....	53
4.1.2.1	Motto Pitpaganda .....	53

4.1.2.2 Tujuan Pitpaganda .....	53
4.1.2.3 Visi dan Misi .....	54
4.1.3 Arti Logo Pitpaganda .....	55
4.1.4 Struktur Organisasi Pitpaganda.....	57
4.2 Hasil Penelitian .....	59
4.2.1 Perubahan Komunitas Menjadi Biro Iklan dan Penggunaan Sepeda sebagai Media Periklanan .....	59
4.2.2 Kegiatan Sosialisasi Pitpaganda sebagai Media Iklan Alternatif Iklan Luar Ruang .....	64
4.2.3 Alur Kerja dan Kegiatan dalam Pitpaganda .....	69
4.2.4 Membangun Kepercayaan Klien kepada Pitpaganda.....	81
4.2.5 Kekurangan dan Kelebihan Pitpaganda .....	85
4.3 Pembahasan.....	88
 BAB V. PENUTUP.....	 100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran .....	102

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN