

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Pemikiran & Teori	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Komunikasi Periklanan.....	17
2.2. Periklanan/Advertaising	22
2.3. Biro Iklan.....	27
2.4. Strategi Kreatif Iklan	31
2.5. Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Objek Penelitian	46
3.3. Jenis Data.....	47
1. Data Primer.....	47
2. Data Sekunder	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data	48
1. Kepustakaan	48

2. Wawancara	48
3. Observasi	49
3.5. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.1. Profil Pitpaganda	53
4.1.2. Logo dan Visi dan Misi Pitpaganda	54
4.1.3. Cara Kerja Pitpaganda	55
4.1.4. Profil PT Dagadu Aseli Djokja.....	57
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.2.1. Tahap Pembentukan Ide Kreatif/Brainstorming Iklan....	64
4.2.2. Penyusunan Konsep Kampanye Iklan	80
4.2.3. Eksekusi Iklan	85
4.3. Pembahasan	92
BAB V PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN