

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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Kerangka Teori	9
1.5.1. Teori Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.2. Iklan (<i>advertising</i>)	11
1.5.3. Promosi penjualan.....	15
1.5.4. Penjualan langsung	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Iklan	19
2.1.1. Definisi Iklan	19
2.2. Perencanaan Komunikasi.....	21
2.3. Iklan Media Lini Atas dan Media Lini Bawah	24
2.3 Perencanaan Iklan.....	27
2.4 Penelitian sebelumnya	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Objek Penelitian	33
3.3. Sumber Data	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	33
3.5. Teknik Analisis Data	36
3.6. Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Deskriptif Tempat Penelitian.....	39
4.1.1. Profil dan sejarah singkat Artnemia	39
4.1.2. Visi dan Misi	40
4.1.3. Struktur Organisasi Artnemia.....	41
4.2. Hasil Penelitian	43
4.2.1. Perencanaan Iklan Lini Bawah	43
4.2.2. Analisa Situasi Internal dan Eksternal	49
4.2.3. Menentukan Tujuan Periklanan	64
4.2.4. Mengembangkan dan Melaksanakan Strategi Kreatif Melalui Iklan Lini Bawah.....	70
4.2.5. Peningkatan Jumlah Pelanggan Jasa Pembuatan Buku Tahunan Sekolah.....	71
4.3. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	83
5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Klien Artnemia Tahun 2016 – 2017	7
--	---