

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Periklanan	12
2.2.1 Tujuan periklanan	13
2.2.2 Media Periklanan	14
2.1.3 Iklan Televisi	17
2.3.1 Unsur-unsur iklan Televisi	18
2.3.2 Jenis-jenis iklan Televisi	20
2.1.4 Departement Kreatif.....	22
2.4.1 Copywriter.....	22
2.4.2 Visualizer	24
2.4.3 Strategi	24

2.4.4 Kreatif.....	25
2.1.5 Strategi Kreatif.....	27
2.1.6 Strategi Positioning.....	31
2.1.7 Operational Konsep.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Informan dan Key Informan	38
3.3 Instruman	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6 Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah PT. Topindo Atlas Asia (Top 1).....	45
4.1.2 Dwi Sapta IMC	50
4.1.2.1 Sejarah Dwi Sapta	50
4.1.2.2 Visi dan Misi	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Kerangka Pemikiran.....	54
4.3 Strategi Kreatif Dwi Sapta dalam mengkomunikasikan issue yang ada pada Top 1	55
4.4 Pembahasan	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Daftar Gambar

Gambar

Tabel 2.8 Kerangka Pemikiran.....	54
Tabel 4.1 Print Ad Padi.....	60
Tabel 4.2 Print Ad Amerika Football.....	60
Tabel 4.3 Print Ad Act Attack	60

Daftar Tabel

Tabel

Tabel 1.1 Bagan	5
Tabel 2.1 Elemen Pokok Dalam Komunikasi Pemasaran.....	11
Tabel 2.2.2 Keunggulan Dan Keterbatasan ATL dan BTL	16
Tabel Desain Studi Kasus	38

LAMPIRAN

Surat Keterangan Riset	74
Surat pernyataan.....	75
Daftar Wawancara Key Informan	76
Daftar Wawancara Informan.....	77
Story Board & Strory Line.....	78