

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	8
1.3 Tujuan Perancangan	9
1.4 Alasan Pemilihan Karya	10
1.5 Manfaat Perancangan	10
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	25
2.2.1 Komunikaso Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	25
2.2.2 Komunikaso Pemasaran Terpadu.....	27
2.2.3 Komunikaso Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	25
2.2.4 Periklanan.....	35
2.2.4.1 Tujuan Periklanan	37
2.2.4.2 Fungsi Iklan.....	38
2.2.4.3 SKKNI PERIKLANAN	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Paradigma Penelitian.....	51

3.2 Tipe Penelitian	52
3.3 Metode Penelitian.....	53
3.4 Subyek Penelitian.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Data Primer	56
3.1.2 Data Sekunder	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	67
4.1.2 Logo Perusahaan	67
4.1.3 Struktur Organisasi	68
4.1.4 Pembagian Kerja Biro Iklan Pantarei Communication.....	70
4.1.5 <i>Account Ececutive</i>	73
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Latar Belakang Menjadi Seorang <i>Account Executive</i>	75
4.2.2 Pengalaman Menjadi Seorang <i>Account Executive</i>	79
4.2.3 Aktivitas Sebelum Bertemu Klien	83
4.2.4 Aktivitas Saat Bertemu Klien	86
4.2.5 Hambatan/Kendala Setelah Bertemu Klien	88
4.3 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	130