

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Tak lupa Shalawat dan salam selalu peneliti limpahkan kepada nabi kita Muhammad SAW dan para sahabatnya.

Pemilihan ide penelitian yang berjudul **“Proses Kreatif Pengelola Attack City Media and Production dalam Mempromosikan Produk dan Jasanya”** ini awalnya bermula dari ketertarikan peneliti akan dunia Jurnalistik dan Rumah Produksi. Sampai akhirnya peneliti menemukan satu website yang bernama Attack City Media and Production yang ternyata juga merupakan sebuah Rumah Produksi dan Penjualan jasa macam-macam kebutuhan digital. Rumah Produksi seperti Attack City Media and Production masih langka di Kota Serang, karena selain menjual jasa produksi kebutuhan digital, Attack City Media and Production juga bergerak di bidang kejournalistikan, yaitu sebagai sebuah majalah online bernama Attack City Zine.

Attack City Media and Production sebagai salah satu industri ekonomi kreatif di Kota Serang tidak mustahil dapat berkembang besar seperti industri ekonomi kreatif di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung atau Yogyakarta. Hal ini pastilah akan ditentukan atas pengelolaan industri ekonomi kreatif tersebut.

Produk apa saja yang akan dipasarkan, jasa apa saja yang akan ditawarkan sampai dengan bagaimana kegiatan promosi dan pendistribusiannya.

Maka peneliti bermaksud untuk meneliti tentang bagaimana Proses Kreatif Pengelola Attack City Media and Production dalam Mempromosikan Lini Produk dan Jasanya.

Serang, Juli 2013

Peneliti
Rizki Aziz

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAKSI

ABTRACT

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR GAMBAR..... vi

DAFTAR TABEL vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Perumusan Masalah 7

1.3 Identifikasi Masalah 8

1.4 Tujuan Penelitian 8

1.5 Kegunaan Penelitian..... 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori..... 10

| | |
|--|----|
| 2.1.1 Komunikasi | 10 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran | 15 |
| 2.1.3 Konsep Komunikasi Pemasaran (AIDA) | 29 |
| 2.1.4 Attack City Media and Production | 33 |
| 2.1.5 Proses Kreatif | 38 |
| 2.1.6 Promosi | 38 |
| 2.1.7 Penelitian Sebelumnya | 40 |
| 2.2 Kerangka Teori | 42 |
| 2.2.1 Model Komunikasi Laswell (SMCRE) | 42 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 48 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| 3.1 Metode Penelitian | 52 |
| 3.2 Instrumen Penelitian | 54 |
| 3.2.1 Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 3.3 Informan | 57 |
| 3.4 Analisis Data | 59 |
| 3.5 Tempat dan Waktu Penelitian | 59 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4.1 Deskripsi Data Informan | 63 |
| 4.1.1 Informan Kunci | 63 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 69 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.1 Proses Kreatif Pengelola Attack City Media and Production dalam Mempromosikan Lini Produk dan Jasanya | 69 |
| 4.3 Pembahasan..... | 85 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 89 |
| 5.2 Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | vii |
| LAMPIRAN | |
| RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran | 51 |
| Gambar 4.1 Produk dan Jasa Attack City Media and Production..... | 74 |
| Gambar 4.2 Tampilan Website Attack City Media and Production | 79 |
| Gambar 4.3 Proses Kegiatan Promosi Attack City Media and Production..... | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Klasifikasi Media, Alat dan Teknologi Komunikasi Pemasaran | 22 |
| Tabel 2.2 Tahapan AIDA | 29 |
| Tabel 2.3 Hubungan antara proses adopsi dengan AIDA | 33 |
| Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya | 41 |
| Tabel 3.1 Informan | 57 |
| Tabel 3.2 Jadwal Penelitian | 60 |
| Tabel 4.3 Rundown Siaran Program Prima Indie | 87 |