

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAKSI	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
1. Proses Inovasi Kreatif dalam Sistem Sosial	6
2. <i>Mobile Billboard</i> sebagai Hasil Inovasi Kreatif Media Iklan Luar Ruang	9
3. Macam Inovasi Kreatif pada Organisasi Jasa.....	11
F. Kerangka Konsep.....	16
G. Metodologi Penelitian.....	19
1. Jenis Penelitian	19
2. Metode Penelitian	19
3. Sumber Data	19
4. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
5. Teknik Pengumpulan Data	21
6. Teknik Analisis Data	22

7. Teknik Penyajian Hasil Analisis.....	23
BAB 2. ORGANISASI JASA MEDIA IKLAN LUAR RUANG <i>MOBILE</i>	
<i>BILLBOARD</i> SEBAGAI WUJUD PROSES INOVASI KREATIF	25
A. <i>Mobile Billboard</i> dalam Media Iklan Luar Ruang	25
A.1. Iklan dan Manajemen Periklanan	25
A.2. Perkembangan Media Iklan Luar Ruang dalam Perubahan Zaman	27
A.3. <i>Mobile Billboard</i> dalam Perkembangan Media Iklan Luar Ruang.....	29
B. Proses Inovasi Kreatif dalam Lingkup Periklanan	33
B.1. Pemaknaan Kreativitas	33
B.2. Inovasi Kreatif dalam Kacamata Periklanan	36
B.3. Proses Pemunculan Ide Inovasi Kreatif.....	37
C. Inovasi dan Kondisi yang Memengaruhi Proses Terbentuknya Organisasi Jasa.....	39
C.1. Organisasi dan Sistem Sosial.....	39
C.2. Kondisi yang Memengaruhi Terbentuknya Organisasi Jasa	40
C.3. Macam Inovasi yang Melandasi Terbentuknya Organisasi Jasa.....	42
BAB 3. TINJAUAN UMUM PITPAGANDA	47
A. Profil Organisasi Pitpaganda	47
A.1. Sejarah dan Perkembangan Singkat Pitpaganda.....	47
A.2. Visi dan Misi Pitpaganda.....	50
A.3. Logo dan Slogan Pitpaganda	50
A.4. Kontak dan Alamat Pitpaganda	51
A.5. Layanan Pitpaganda.....	52
A.6. Media Publikasi Pitpaganda	57
A.7. Klien Pengguna Jasa Pitpaganda	59
BAB 4. PROSES INOVASI KREATIF <i>MOBILE BILLBOARD</i>	
PITPAGANDA.....	62
A. Latar Belakang Organisasi Terkait Proses Inovasi Kreatif.....	62

A.1. Daya Kreatif Inisiator Pitpaganda	62
A.2. Kondisi Internal dan Eksternal HFC – Pitpaganda yang Memengaruhi Muncul dan Berkembangnya Pitpaganda.....	70
B. Inovasi Kreatif dalam <i>Mobile Billboard</i> Pitpaganda	100
B.1. Ragam Inovasi Kreatif.....	101
B.1.1. Inovasi dalam Ranah Produk.....	101
B.1.2. Inovasi dalam Ranah Proses	125
B.1.3. Inovasi dalam Ranah Posisi	148
B.1.4. Inovasi dalam Ranah Paradigma.....	157
B.2. Gagasan Inovasi Kreatif, Muncul dan Menyebar	175
B.2.1. Pemunculan Ide Inovasi Kreatif	175
B.2.2. Adopsi Ide Inovasi Kreatif.....	190
BAB 5. PENUTUP	194
A. Kesimpulan.....	194
B. Saran	197
DAFTAR PUSTAKA	198
LAMPIRAN	207