

## Daftar Tabel

Tabel II.1 Karakteristik Media atau Saluran .....	27
Tabel II.2 Warna Sebagai Rasa Psikologis .....	39
Tabel II.3 Warna Sebagai Daya Tarik.....	39
Tabel III.1 Customer Journey Remaja di Bandung.....	57
Tabel III.2 Matrix Analisis Program Museum Pos Indonesia & Pesaing.....	78
Tabel III.3 Matrix Analisis Media Promosi Museum Pos Indonesia & Pesaing .....	79
Tabel III.4 Matrix Analisis Program Terdahulu dan Pesaing Sejenis.....	82
Tabel IV.1 Klasifikasi Media Promosi berdasarkan Tahapan Komunikasi .....	101
Tabel IV.2 Klasifikasi Media Promosi berdasarkan Tahapan Komunikasi .....	102
Tabel IV.2 Penjadwalan Media Promosi Museum Pos Indonesia .....	102