

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Komunikasi Pemasaran	6
2.2 Teori Analisis Lingkungan Eksternal	7
2.3 Analisis SWOT.....	10
2.4 Analisis Kompetitif	12
2.5 Analisis Khalayak Sasaran (STP).....	13
2.6 Matriks Perbandingan.....	14
2.7 Identitas Merek	14
2.8 Digital Marketing	18
2.9 Hipotesis Penelitian	23
2.10 Kerangka Pemikiran Penelitian	24
2.11 Asumsi yang Terbentuk.....	24
2.12 Penelitian Terdahulu dan Keberbedaan/Kebaruan Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Pendekatan Penelitian.....	28

3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Metode Analisis Data	33
3.6 Uji Validitas Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Hasil Analisis Data	38
4.2.2 Data Pesaing Sejenis.....	43
4.2.3 Hasil Analisis Strategi Formulasi dan Pemasaran.....	56
4.2.4 Hasil Analisis SWOT	62
4.2.5 Hasil Analisis Pasar dari Strategi SWOT	67
4.2.6 Hasil Proses <i>Rebranding</i>	69
4.2.7 Penggunaan Digital Marketing untuk Menciptakan <i>Brand Awareness</i>	79
4.2.8 Penggunaan Media Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Dikalangan Pengunjung	81
4.2.9 Hasil Analisis Kuesioner	85
4.3 Hasil Validasi Data	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101