

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Kerangka Berpikir.....	7
BAB 2	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Digital Marketing	9
2.2 Aset Desain 3 Dimensi (3D)	13
2.3 Karakteristik Siswa SMA.....	18
2.4 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	20
2.5 Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	22
2.6 Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI).....	25
2.7 Penelitian Terdahulu	28
BAB 3	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30

3.4	Metode Penelitian.....	32
3.5	Metode Pencarian Data	32
3.6	Metode Analisis Data	35
3.7	Metode Perancangan	38
3.8	Kerangka Penelitian	39
BAB 4	41
ANALISA DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Conducting Research.....	41
4.2	Clarifying Strategy	45
4.3	Designing Identity	48
4.4	Creating Touchpoints	52
4.5	Managing Assets	64
BAB 5	71
KESIMPULAN	71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76
6.1	Observasi	76
6.2	Hasil Wawancara.....	79
6.3	Hasil Kuesioner	82
BIODATA PENULIS	86