

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR TABEL	5
BAB 1 PENDAHULUAN	6
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Masalah	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	12
BAB 2 KAJIAN TEORI	13
2.1 Perancangan	13
2.2 Konten	15
2.3 Kota Malang.....	18
2.4 Kuliner Khas Kota Malang	19
2.5 Wisata Kota Tua <i>Kajoetangan</i>	20
2.6 Toko Oen.....	20
2.7 Social Media.....	23
2.8 Instagram.....	28
2.9 Benchmarking	31
2.10 Penelitian Terdahulu	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Objek Penelitian	39
3.3 Subjek Penelitian.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Aspek Pembuat.....	40
3.4.2 Aspek Pemirsa.....	40
3.4.3 Aspek Imaji	41
3.5 Penyajian Data	41
3.6 Penarikan Kesimpulan	42

3.7 Kerangka Perancangan	42
BAB 4 DATA DAN PERANCANGAN	44
4.1 Aspek Pembuat	44
4.2 Aspek Pemirsa	45
4.2.1 Bagian Pertama Kuisisioner	45
4.3 Aspek Imaji.....	47
4.3.1 Analisa Verbal	48
4.3.2 Analisa Visual.....	50
4.3.3 Kesimpulan Analisa.....	51
4.4 Hasil Kesimpulan Data	52
4.5 Konsep Kreatif.....	52
4.5.1 Konsep Verbal	53
4.5.2 Konsep Visual.....	53
4.6 Produk dan Market Analisis	56
4.6.1 Analisa Produk.....	56
4.6.2 Analisa Market.....	60
4.6.3 Analisa Kompetitor.....	61
4.6.4 <i>Value Proposition</i>	64
4.7 AIDA	65
4.8 Social Media Calender.....	69
4.9 Sample Feeds, Instastory, and Reels <i>Instagram</i>	71
4.9.1 Konten Feeds Instagram	72
4.9.2 Konten story.....	74
4.9.3 Bahasa Caption	75
4.10 Media Pendukung	76
BAB 5 KESIMPULAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80