

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR GAMBAR	VII
DAFTAR TABEL	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistemika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Brand	8
2.2 Branding	11
2.3 Brand Strategy	12
2.4 Brand personality	15
2.5 Identitas merek	18
2.5.1 Unsur unsur Identitas merek	19
2.6 Brand Positioning	28
2.7 Brand Communication	31
2.8 Pemasaran	31
2.9 Marketing 5.0	32
2.9.1 Elemen Penyusun Marketing 5.0	33
2.10 Pemasaran konten	35
2.10.1 Langkah-langkah pemasaran konten	36
2.11 Media Promosi	39
2.12 AISAS	39

2.13 Kerangka Penelitian	41
2.14 Penelitian Terdahulu	42
BAB III METODOLOGI DAN ANALISIS	44
3.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3 Teknik Analisis Data	45
3.3.1 Analisis SWOT	45
3.3.2 Analisis Matriks	46
3.4 Hasil Pengumpulan Data	46
3.4.1 Gambaran Objek Penelitian	46
3.4.2 Data Pesaing Sejenis	48
3.4.3 Rangkuman Kompetitor dalam Tabel	67
3.5 Analisis SWOT Microstudy Professional Design	75
3.5.1 Analisis SWOT	75
3.5.2 Strategi Analisis SWOT Terpilih	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Brand Strategy	77
4.2 Brand Positioning	77
4.2.1 Penentuan ' <i>frame of reference</i> '	77
4.2.2 Penentuan Point Of Different (Unique Selling Proposition)	80
4.2.3 Penentuan Point Of Parity	81
4.2.4 Penentuan Brand Mantra	81
4.3 Brand Personality	82
4.4 Brand Identity	83
4.4.1. Pengayaan Visual	83
4.4.2 Konsep Warna	85
4.4.3 Konsep Tipografi	85
4.4.4 Perancangan Identitas Merek	86
4.5 Brand Communication	88
4.5.1 Prinsip Marketing 5.0	88
4.5.2 Customer touch point menggunakan AISAS Model	90
4.5.3 Media Promosi	91

4.5.4 Pemasaran Konten (<i>media sosial content marketing</i>)	92
4.5.5 Perancangan Media Promosi	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	122