

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	II
FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<i>1.1 Gambaran Objek Penelitian.....</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Latar Belakang Penelitian.....</i>	<i>5</i>
<i>1.3 Rumusan Masalah.....</i>	<i>21</i>
<i>1.4 Pertanyaan Penelitian.....</i>	<i>23</i>
<i>1.5 Tujuan Penelitian</i>	<i>23</i>
<i>1.6 Manfaat Penelitian.....</i>	<i>23</i>
1.6.1 Aspek Teoritis	23
1.6.2 Aspek Praktis	24
<i>1.7 Sistematika Penelitian.....</i>	<i>24</i>
BAB 2.....	25
TINJAUAN PUSTAKA.....	25
<i>2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....</i>	<i>25</i>

2.1.1	Perencanaan Strategi	25
3.1.2	<i>Design Thinking</i>	27
3.1.3	Nilai Produk	33
3.2	<i>Penelitian Terdahulu</i>	38
3.3	<i>Kerangka Pikiran</i>	53
BAB III.....		57
METODE PENELITIAN.....		57
3.1	<i>Karakteristik Penelitian</i>	57
3.2	<i>Operasionalisasi Variable</i>	63
3.3	<i>Situasi Sosial Penelitian</i>	84
3.4	<i>Tahapan Penelitian</i>	87
3.5	<i>Teknik Pengumpulan Data Penelitian</i>	92
3.5.1	Sumber Data Penelitian	93
3.6	<i>Uji Validitas dan Reabilitas</i>	93
3.6.1	Uji Kredibilitas	94
3.6.2	Uji Transferabilitas	96
3.6.3	Uji Dependabilitas	96
3.6.4	Uji Konfirmabilitas	97
3.7	<i>Teknik Analisis Data</i>	97
BAB IV		99
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		99
4.1	<i>Karakteristik Narasumber</i>	99
4.2	<i>Hasil Penelitian Identify Problems</i>	102
4.2.1	<i>Empathy Map Calon Konsumen</i>	103

4.2.2	Analisis Permasalahan Calon Konsumen Berdasarkan <i>Empathy Map</i>	112
4.2.3	<i>Empathy Map</i> Konsumen Loyal	116
4.2.4	Analisis Permasalahan Konsumen Loyal Berdasarkan <i>Empathy Map</i>	126
4.2.5	<i>Empathy Map</i> Internal.....	130
4.2.6	Analisis Permasalahan Internal Berdasarkan <i>Empathy Map</i>	136
4.3	Hasil Penelitian Tahap Penemuan Masalah (<i>Define</i>).....	139
4.4	Hasil Penelitian Tahap <i>Point of View</i>	143
4.5	Hasil Penelitian Tahap <i>Ideate</i>	149
4.6	Hasil Penelitian Tahap <i>Brainstorming</i>	154
4.7	<i>Prototyping</i>	187
4.7.1	Perancangan Konsep Media Konten yang Akan Diangkat	189
4.7.2	Alur Rancangan Konsep Konten dalam 3 Bulan.....	190
4.7.3	Kriteria <i>Influencer</i> yang Terpilih.....	190
4.7.4	KPIs Untuk Program Konten Bagi <i>Influencer</i>	192
4.7.5	Perancangan Konsep Program Konten Bulan Ke-1 Sampai Ke-3..	193
4.7.6	Perancangan Penjadwalan dan Ide Konten pada Trello.....	209
BAB V.....		219
KESIMPULAN DAN SARAN.....		219
5.1	<i>Kesimpulan</i>	219
5.2.1	Saran bagi Batik Mahkota Laweyan	220
5.2.2	Saran bagi Akademisi	221
5.2.3	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	221
DAFTAR PUSTAKA.....		222

LAMPIRAN 1.....	234
HASIL TRANSKRIP WAWANCARA.....	234
LAMPIRAN 2.....	306
HASIL ANALISIS KATA KUNCI.....	306
LAMPIRAN 3.....	362
PROSES PENELITIAN	362