

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Usaha Penyedia Makanan dan Minuman .....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pendapatan Asli Daerah Bidang Pariwisata .....	3
Gambar 1.3 Infografis Joongla.....	6
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif Miles & Huberman .....	49
Gambar 4.1 <i>Explore</i> Diagram NVivo 12 .....	55
Gambar 4.2 <i>Word Frequency</i> Data Penelitian .....	55
Gambar 4.3 Diagram Map "Hubungan".....	56
Gambar 4.4 Set Menu "Dari Mata Elang Jawa Turun ke Hati" dan "Berlabuh di Dermaga Pulau Sulawesi" .....	59
Gambar 4.5 Journaling Pengalaman di Joongla.....	60
Gambar 4.6 Merchandise Joongla.....	61
Gambar 4.7 Feeds Instagram Joongla .....	62
Gambar 4.8 Konten Video Ulasan Joongla.....	65
Gambar 4.9 Diagram Map "Pengalaman Pancaindra" .....	66
Gambar 4.10 Postingan Multisensory Dining Experience.....	66
Gambar 4.11 Display Bahan Lokal Joongla .....	68
Gambar 4.12 Krupuk Bouche .....	69
Gambar 4.13 Ruangan Joongla .....	69
Gambar 4.14 Games Bahan Lokal Joongla.....	71
Gambar 4.15 A Sonic Experience Joongla & Bottlesmoker.....	72
Gambar 4.16 Buku Dongeng Joongla .....	73
Gambar 4.17 Diagram Map "Imajinasi" .....	75
Gambar 4.18 Display Bahan-Bahan Joongla .....	77
Gambar 4.19 Diagram Map "Visi".....	80
Gambar 4.20 Visi dan Misi Joongla.....	81
Gambar 4.21 Diagram Humanized Brands Through Emotions.....	88
Gambar 4.22 Temuan Lapangan Joongla.....	89
Gambar 4.23 Diagram Emotional Branding .....	89