

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian | 20 |
| Tabel 2. 1 Karakteristik Metode Penjadwalan Media | 24 |
| Tabel 2. 2 Karakteristik media | 25 |
| Tabel 2. 3 Kelas Sosial dan Penghasilan | 36 |
| Tabel 2. 4 Matriks bentuk perupaan dan ras wanita dalam iklan 1950-an | 38 |
| Tabel 2. 5 Kerangka Teori | 39 |
| Tabel 3. 1 Wawancara Calon Konsumen | 55 |
| Tabel 3. 2 Analisis Matriks <i>SWOT</i> | 65 |
| Tabel 3. 3 Analisis <i>Weaknes</i> dan <i>Opportunity</i> | 67 |
| Tabel 3. 4 Analisis Matriks profil lembaga pendidikan | 68 |
| Tabel 3. 5 Matriks Media Promosi (<i>Brosur</i>) | 70 |
| Tabel 3. 6 Matriks Media Promosi (<i>Flayer</i>) | 71 |
| Tabel 3. 7 Matriks Media Promosi (<i>Banner</i>) | 73 |
| Tabel 3. 8 Matriks Media Promosi (<i>X Banner</i>) | 75 |
| Tabel 4. 1 Perkiraan biaya produksi media promosi | 85 |