

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Strategi Pengembangan Brand	13
Tabel 2. 2 Tipe-Tipe Logo	21
Tabel 2. 3 Respons psikologis terhadap Warna	23
Tabel 2. 4 Tipe-tipe Tipografi	25
Tabel 2. 5 Penelitian terdahulu	42
Tabel 2. 6 Pelajaran yang dapat diambil dari penelitian terdahulu	43
Tabel 3. 1 Target pasar objek penelitian	47
Tabel 3. 2 Target pasar Mini MBA Kunci X SBM ITB	49
Tabel 3. 3 Pelaksanaan promosi melalui iklan Mini MBA Kunci X SBM ITB	53
Tabel 3. 4 Strategi AISAS Mini MBA Kunci X SBM ITB	57
Tabel 3. 5 Identitas Merek Pesaing	67
Tabel 3. 6 Media Promosi Pesaing	68
Tabel 3. 7 Strategi Promosi Pesaing	70
Tabel 3. 8 Strategi AISAS Kunci X SBM ITB : Program Mini MBA	74
Tabel 3. 9 Strategi AISAS Mini MBA Binus University	74
Tabel 3. 10 Strategi AISAS Mini MBA SIMT ITS	74
Tabel 3. 11 Strategi AISAS Mikro MT FTE Telkom University	75
Tabel 3. 12 Analisis SWOT Microstudy Professional Design	75
Tabel 3. 13 Scoring pemilihan strategi SWOT	76
Tabel 3. 14 Strategi SWOT terpilih Microstudy Professional Design	76
Tabel 4. 1 Frame Of Reference dari Microstudy Professional Design	78
Tabel 4. 2 Ringkasan Microstudy Professional Design	80
Tabel 4. 3 Brand Mantra dari Microstudy Professional Design	82
Tabel 4. 4 6 Point Brand Personality	82
Tabel 4. 5 Pemilihan Konsep Warna	85
Tabel 4. 6 Perancangan Tagline	87
Tabel 4. 7 Penerapan Prinsip Data-Driven Marketing	89
Tabel 4. 8 Penerapan Prinsip Agile Marketing	90
Tabel 4. 9 Strategi AISAS Microstudy Professional Design	90
Tabel 4. 10 Langkah-langkah pembuatan Konten pemasaran	92
Tabel 4. 11 Perancangan konten media sosial dalam AISAS	98
Tabel 4. 12 Perancangan Banner Web	110