

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS .....</b>	<b>II</b>
<b>FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME .....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<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>
<b>BAB 2.....</b>	<b>25</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>25</b>
<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
<b>BAB III.....</b>		<b>57</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>57</b>
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
<b>BAB IV .....</b>		<b>99</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>99</b>
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
<b>BAB V.....</b>		<b>219</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>219</b>
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
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>222</b>

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