

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang Penelitian	16
1.2 Perumusan Masalah	19
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	19
1.2.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tesis.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Media Identitas Merek	22
2.1.2 Jenis dan Bentuk Kemasan	24
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	24

2.1.4 Desain Kemasan.....	25
2.1.5 Daya Tarik Kemasan.....	28
2.1.6 Analisis Konten.....	31
2.1.7 Analisis Visual.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu dan Kebaruan Penelitian ini.....	34
2.3 Kerangka Teori.....	37
2.4 Asumsi dan Preposisi.....	37
2.5 Fokus Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan yang digunakan.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Uji Validitas Data.....	40
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.6 Kerangka Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Kabupaten Bandung.....	43
4.1.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	44
4.1.3 UMKM Makanan Oleh-Oleh.....	45
4.1.4 UMKM Makanan Oleh-Oleh di Kabupaten Bandung.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Hasil Observasi.....	46
4.2.2 Hasil Wawancara.....	49
4.2.3 Hasil Kuesioner.....	55

4.3 Analisis Konten.....	77
4.4 Analisis Visual	83
4.5 Penarikan Kesimpulan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Rekomendasi.....	88
5.3 Saran Terkait Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95