

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