

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Teori <i>Brand Awareness</i>	9
2.2 Kajian Konseptual	11
2.2.1 Strategi Komunikasi	11
2.2.2 <i>Disability</i>	12
2.2.3 <i>Artability</i>	13
2.3 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	16
2.3.1 Jurnal Nasional	16
2.3.2 Jurnal Internasional.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29

3.2 Paradigma Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30
3.3.2 Objek Penelitian.....	31
3.4 Lokasi Penelitian	31
3.5 Informan Penelitian	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.6.1 Data Primer	34
3.6.2 Data Sekunder.....	35
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Proses Perencanaan Ide Narasi ' <i>From Disability to Artability</i> '	37
4.1.2 Proses Pengelolaan Narasi ' <i>From Disability to Artability</i> '	40
4.1.3 Upaya Mengatasi Hambatan.....	42
4.2 Pembahasan	44
4.2.1 Proses Perencanaan Ide Narasi ' <i>From Disability to Artability</i> '	44
4.2.2 Proses Pengelolaan Narasi ' <i>From Disability to Artability</i> '	48
4.2.3 Upaya Mengatasi Hambatan.....	51
4.3 Model Strategi <i>Brand Awareness</i> PUKA melalui Narasi ' <i>From Disability to Artability</i> '	54
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Saran Akademis	57
5.2.2 Saran Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62