

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
GLOSARIUM.....	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Akademis	9
1.5 Kerangka Konseptual	9
1.5.1 Strategi <i>Experiential Marketing</i>	9
1.5.2 <i>Strategic Experiential Modules (SEMs)</i>	11
1.5.3 <i>Experiential Providers (ExPros)</i>	12
1.6 Kerangka Berfikir	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 <i>Augmented Reality</i>	16
2.1.1 Pengertian <i>Augmented Reality</i>	16
2.1.2 Metode <i>Augmented Reality</i>	17
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	20
2.3 Penelitian Terdahulu	22

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Lokasi Penelitian	26
3.4 Sumber Data	27
3.4.1 Data Primer	27
3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.5.1 Wawancara	27
3.5.2 Observasi	28
3.5.3 Dokumentasi	29
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Reduksi Data	29
3.6.2 Penyajian Data	30
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	30
3.7 Uji Keabsahan Data	31
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	33
4.1.1 Profil Diorama Arsip Jogja	33
4.1.2 Sistem kunjungan Diorama Arsip Jogja	35
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 <i>Strategic Experiential Modules (SEMs)</i>	38
4.2.2 <i>Experiential Providers (ExPros) (ExPros)</i>	63
4.3 Pembahasan	90
BAB V	105
PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	114