

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Solusi.....	7
1.4 Target Luaran	8
1.5 Signifikan Project.....	8
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	9
2.1 Demografis UMKM.....	9
2.2 Permasalahan UMKM.....	12
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	16
3.1 Komunikasi	16
3.1.1 Komunikasi Kelompok	16
3.2 Analisis SWOT	17
3.3 Perencanaan Komunikasi Assifi dan French.....	19
3.4 Pusat Pelatihan komunikasi (<i>Communication Training Center</i>)	20
3.5 New Media	21
3.6 Media Sosial	23
3.6.1 <i>Instagram</i>	23
3.6.2 <i>Facebook</i>	24
3.7 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	25

3.8 Strategi <i>Branding</i>	27
3.8.1 Strategi	28
3.8.2 <i>Branding</i>	28
3.9 Konsep <i>Product branding</i>	29
BAB IV METODE PELAKSANAAN	32
4.1 Teknik / tata cara pengukuran data	32
4.2 Tata Cara Pelaksanaan	33
4.3 Tahapan Kegiatan.....	39
4.4 Teknik Komunikasi.....	40
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan	41
4.6 Anggaran Dana.....	39
4.7 Jadwal Kegiatan	44
4.8 Indikator keberhasilan.....	45
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	47
5.1 Teknik Komunikasi.....	47
5.2 Gambaran Tahapan Umum	51
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	54
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	67
5.5 Evaluasi	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85