

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	3
1.3 Solusi.....	4
1.4 Target Luaran.....	4
1.5 Signifikansi Proyek.....	4
BAB II	5
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	5
2.1 Demografis UMKM Opak Melati Pandeglang, Banten.....	5
2.2 Permasalahan UMKM Opak Melati.....	8
BAB III	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	9
3.1 Konsep Komunikasi.....	9
3.2 Teori <i>Participatory Cultures</i>	10
3.3 Analisis SWOT.....	13
3.4 Perencanaan Komunikasi Assifi dan French.....	15
3.5 <i>Multimedia Development Life Cycle (MDLC)</i>	16
3.6 <i>New Media</i>	18
3.7 Media Sosial.....	19

3.7.1 Instagram	21
3.8 UMKM.....	21
3.9 Konten Kreatif	23
3.9.1 Copywriting	24
3.9.2 Fotografi	26
3.9.3 Aplikasi Editing Foto	27
3.9.4 Job Desk	29
3.9.5 Taktik Konten	30
BAB IV	33
METODE PELAKSANAAN	33
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah	33
4.2 Tata Cara Pelaksanaan	33
4.2.1 Pelaksanaan Tahap 1	34
4.2.2 Pelaksanaan Tahap 2	34
4.2.3 Pelaksanaan Tahap 3	35
4.2.4 Pelaksanaan Tahap 4	36
4.3 Tahapan Kegiatan	36
4.4 Teknik Komunikasi	38
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan	39
4.6 Anggaran	40
4.7 Jadwal Kegiatan	41
4.8 Mitra Kerjasama	43
4.8 Rencana Publikasi Luaran	43
BAB V	45
HASIL YANG DICAPAI & POTENSI KEBERLANJUTAN	45
5.1 Teknik komunikasi yang dijalankan	45
5.2 Tahapan Pelaksanaan	47
5.3 Hasil kegiatan	103
5.3.1 Partisipasi peserta	106
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan	106
5.4.1 Analisis Kegiatan	106
5.4.2 Analisis Kendala dan Pemecahan Masalah	127

5.4.3 Potensi Keberlanjutan	128
5.4.4 Evaluasi	133
BAB VI	135
PENUTUP	135
6.1 Kesimpulan.....	135
6.1.1 Produksi Konten Kreatif.....	135
6.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	140



UNIVERSITAS
MERCU BUANA