

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	10
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat.....	12
1.4.1 Manfaat Sosial.....	12
1.4.2 Manfaat UMKM.....	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	13
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	13
2.2 Profil Usaha.....	15
2.3 Khalayak Sasaran	16
2.4 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	17
2.5 Peluang Pasar	18
2.6 Strategi Pemasaran yang di Harapkan dan Hasil Wawancara.....	20
2.7 Perencanaan Strategi dan Rancangan.....	21
2.8 Metode Pelaksanaan	25
2.9 Hasil Kesepakatan	27
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	28
3.1 Komunikasi Pemasaran	28
3.1.1 Bauran Pemasaran.....	32
3.2 Integrated Marketing Communications (IMC)	33

3.3	Media.....	35
3.3.1	Media Digital (Instagram).....	36
3.3.2	Media Departement (Departemen Media).....	41
3.4	Brand Awerness.....	42
3.5	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	44
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....		46
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	46
4.1.1	Sosialisasi.....	46
4.1.2	Pelatihan.....	47
4.1.3	Pendampingan.....	50
4.2	Tahap Kegiatan.....	56
4.2.1	Perencanaan.....	56
4.2.2	Persiapan.....	56
4.2.3	Pelaksanaan.....	57
4.2.4	Evaluasi.....	58
4.3	Teknik Komunikasi.....	58
4.3.1	Wawancara Mendalam.....	59
4.4	Bentuk- Bentuk kegiatan.....	60
4.5	Anggaran.....	60
4.6	Jadwal Kegiatan.....	61
BAB V HASIL YANG DICAPAI.....		63
5.1	Tekhnik Komunikasi.....	63
5.1.1	Persuasif Sebagai Tekhnik Komunikasi.....	63
5.2	Pemasaran.....	63
5.2.1	Pemasaran Offline.....	63
5.2.2	Pemasaran Online.....	65
5.3	Gambaran Tahap Pelaksanaan.....	67
5.3.1	Membuatkan pemasaran offline (flayer/brosur).....	67
5.3.2	Membuatkan pemasaran online Media Sosial (Insragram).....	68
5.3.3	Membuatkan Perencanaan Strategi Promosi.....	75
5.3.4	Promosi Media Luar Ruang (Promo Jumat Berkah).....	76

5.3.5 Pemasaran/Promo Social Media	76
5.3.6 Promo Kuis Berhadiah	77
5.3.7 Promo Kupon Member	77
5.3.8 Promo Jumat Berkah	78
5.4 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	78
5.4.1 Logo Produk Bannaci	79
5.4.2 Flyer (Media Luar Ruang) Bannaci Pisang Nugget	80
5.4.3 Tagline Produk Bannaci	81
5.4.4 Media Sosial Bannaci Pisang Nugget	81
5.4.5 Pendapatan Keuntungan Perminggu Sebelum dan Sesudah Kegiatan Promo Berlangsung	88
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi	89
5.5.1 Analisis Kegiatan	89
5.5.2 Kendala	91
5.5.3 Potensi Berkelanjutan	91
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	93
6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	98