

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.4.2 Manfaat Sosial	5
1.4.3 Manfaat Akademis	5
BAB II GAMBARAN UMUM MASYRAKAT SASARAN	6
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	6
2.2 Profil Usaha	9
2.3 Sumber Daya Bahan Baku	9
2.4 Khalayak Sasaran	10
2.5 Peluang Pasar	11
2.6 Merancang Strategi Kreatif	11
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	13
3.1 Komunikasi Pemasaran	13
3.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	13
3.2 Bauran Pemasaran	14

3.3 Advertising	15
3.3.1 Mendefinisikan Praktik Advertising Modern.....	18
3.4 Digital Marketing	19
3.4.1 Definisi Digital Marketing	19
3.4.1.1 Media Online.....	20
3.4.2 Media Luar Ruang.....	22
3.5 Creative Departement.....	23
3.5.1 Creative Director	23
3.5.1.1 Tugas dan Kewajiban <i>Creative Director</i>	23
3.5.2 <i>CopyWriting</i>	24
3.5.2.1 <i>CopyWriter</i>	25
3.5.2.2 Gaya Penulisan <i>Advertising</i>	26
3.5.2.3 Pesan Kreatif	27
3.5.2.4 Perencanaan Pesan.....	28
3.5.2.5 Tujuan Pesan	29
3.5.3 Art Directing	30
3.5.3.1 Komunikasi Visual	31
3.5.3.2 Desain Visual.....	32
3.5.3.3 Elemen-elemen Visual.....	33
3.6 Brand	34
3.6.1 Manfaat Brand	35
3.7 Brand Activation	36
3.7.1 Pengertian Brand Activation.....	36
3.8 Branding	39
3.8.1 Strategi Branding	40
3.8.1.1 Pemilihan Nama Merek	40
3.9 Brand Awareness.....	42
3.10 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	44
3.10.1 Definisi UMKM.....	44
3.10.2 Kriteria UMKM	45
3.11 Konsep Perancang	45

3.11.1 Pendekatan Visual.....	46
3.11.2 Konsep Logo “Tahu Crispy”.....	46
3.11.3 Konsep <i>Packaging</i> “Tahu Crispy”.....	47
3.11.4 Konsep <i>Flyer</i> “Tahu Crispy”.....	48
3.11.5 Konsep <i>Banner</i> “Tahu Crispy”.....	49
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	50
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	50
4.1.1 Observasi.....	50
4.1.2 Wawancara Mendalam.....	51
4.1.3 Diskusi.....	51
4.1.4 Konsultasi.....	52
4.1.5 Simulasi.....	53
4.1.6 Praktik.....	53
4.1.7 Pendampingan.....	53
4.2 Tahapan Kegiatan.....	54
4.2.1 Perencanaan.....	54
4.2.2 Persiapan.....	54
4.2.3 Pelaksanaan.....	55
4.3 Teknik Kerja Kreatif.....	55
4.4 Bentuk-bentuk Kegiatan.....	58
4.5 Anggaran.....	60
4.6 Jadwal Kegiatan.....	60
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	61
5.1 Teknik Komunikasi.....	61
5.1.1 Promosi <i>Offline</i>	61
5.1.2 Promosi <i>Online</i>	64
5.2 Gambaran Tahap-tahap Pelaksanaan.....	66
5.2.1 Logo.....	66
5.2.2 <i>Packaging</i>	67
5.2.3 Spanduk.....	67
5.2.4 <i>Flyer</i>	68

5.2.5	Membuatkan Media Sosial (instagram)	68
5.2.6	Mengadakan <i>Give Away</i>	69
5.2.7	Mengadakan Promo Gratis Mug	70
5.2.9	Mengadakan Kuis	71
5.2.10	Mendaftarkan Alamat Lokasi Usaha Tahu <i>Crispy</i> ke Dalam Google Maps	71
5.2.11	Menambahkan Varian Rasa Tahu <i>Crispy</i>	71
5.3	Hasil kegiatan dan Partisipasi Peserta	72
5.3.1	Logo Tahu <i>Crispy</i>	72
5.3.2	<i>Packaging</i> Tahu <i>Crispy</i>	73
5.3.3	Spanduk Tahu <i>Crispy</i>	75
5.3.4	<i>Flyer</i> Tahu <i>Crispy</i>	76
5.3.5	Promo Gratis Mug	77
5.3.6	Media Sosial Tahu <i>Crispy</i>	78
5.3.7	Alamat Lokasi Usaha Tahu <i>Crispy</i> pada <i>Google Maps</i>	103
5.3.9	Mengadakan <i>Give Away</i> Instagram	105
5.3.10	Mengadakan Kuis Instagram	106
5.3.11	Mengadakan Promo Ramadhan	107
5.3.12	Promosi dan Partisipasi Peserta	108
5.3.13	Pendapatan Sebelum Promosi dan Sesudah Promosi	111
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan	112
5.4.1	Analisis Kegiatan	112
5.4.2	Kendala	113
5.4.3	Potensi Berkelanjutan	114
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		115
6.1	Kesimpulan	115
6.2	Saran	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		120