

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	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Profil Usaha	5
1.4 Tujuan	5
1.5 Khalayak Sasaran.....	6
1.6 Manfaat Kegiatan.....	6
1.7 Manfaat Sosial	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	8
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	8
2.2 Sumber Daya dan Bahan Baku	10
2.3 Peluang Pasar	11
2.4 Perancangan Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan :	11
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	12
3.1 Komunikasi Pemasaran	12
3.2 Integreted Marketing Communication	16
3.3 Event Organizing.....	21
3.3.1 Melakukan Penelitian	22

3.3.2	Membuat Desain Event	23
3.4	Kreatif.....	24
3.3.1	Definisi Informal Ide Kreatif.....	26
3.3.2	Definisi Formal Ide Kreatif	26
3.5	Media Departement	27
3.6	<i>Creative Departement</i>	28
3.6.1	<i>Copywriter</i>	29
3.7	<i>Creative Director</i>	31
3.8	<i>Art Director</i>	32
3.9	Digital Marketing	37
3.10	Konsep Perancangan.....	38
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....		39
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	39
4.1.1	Sosialisasi	39
4.1.2	Pelatihan.....	39
4.1.3	Pendampingan	40
4.1.4	Konsultasi	43
4.2	Tahapan Kegiatan.....	43
4.2.1	Tahap Perencanaan.....	43
4.2.2	Tahap Persiapan.....	44
4.2.3	Tahap Pelaksanaan	44
4.3	Teknik Kerja Kreatif	45
4.4	Bentuk-Bentuk Kegiatan Promosi.....	48
4.5	Anggaran	49
4.6	Flow Chart Pendampingan UMKM	50
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN		52
5.1	Teknik Komunikasi	52
5.1.1	Promosi.....	52
5.1.2	Promosi <i>Offline</i>	52
5.1.3	Promosi <i>Online</i>	55
5.2	Gambaran Tahap-tahap Pelaksanaan	57

5.3	Hasil kegiatan dan Partisipasi Peserta	61
5.3.1	<i>Photo booth</i> Aik Kopi	61
5.3.2	Flyer Menu Aik Kopi	62
5.3.3	Video Teaser.....	63
5.3.4	Media Sosial Aik Kopi	63
5.3.5	Alamat Lokasi Usaha Aik Kopi pada <i>Google Maps</i>	71
5.3.6	Mengadakan Give Away Instagram	72
5.3.7	Mengadakan Promo Ramadhan.....	73
5.3.8	Promosi dan Partisipasi Peserta.....	74
5.3.9	Hasil Rangkuman	74
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan	76
5.4.1	Analisis Kegiatan.....	76
5.4.2	Kendala.....	77
5.5	Potensi Progam Berkelanjutan.....	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
6.1	Kesimpulan.....	79
6.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA