

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis.....	5
1.4.2 Manfaat Sosial.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	6
2.1 UMKM Pie Susu Endang	6
2.2 Profil Usaha.....	9
2.3 Sumber Daya Bahan Baku.....	10
2.4 Khalayak Sasaran	10
2.5 Peluang Usaha	11

BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	12
3.1 Komunikasi Pemasaran	12
3.2 <i>Integreted Marketing Communications (IMC)</i>	16
3.3 <i>Digital Marketing</i>	17
3.4 <i>Branding</i>	17
3.4.1 <i>Brand Awareness</i>	18
3.4.2 <i>Digital Branding</i>	19
3.6 <i>Media</i>	20
3.6.1 Media Cetak Luar Ruang.....	21
3.6.2 Media Sosial.....	21
3.6.2.1 Instagram.....	21
3.7 <i>E-Commerce</i>	25
3.7.1 Shopee.....	26
3.8 <i>Media Department (Department Media)</i>	27
3.9 <i>Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)</i>	28
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	30
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	31
4.1.1 Pelatihan.....	32
4.1.2 Pendampingan.....	33
4.2 Tahap Kegiatan.....	33
4.2.1 Perencanaan	33
4.2.2 Pelaksanaan.....	34
4.2.3 Evaluasi.....	34
4.3 Teknik Komunikasi	35
4.4 Konsep Perancangan.....	35
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	36
4.6 Anggaran Kegiatan	38

4.7 Jadwal Kegiatan.....	41
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	43
5.1 Media Branding Dan Promosi Yang Dilakukan	43
5.1.1 Promosi <i>Offline</i>	43
5.1.1.1 <i>Event Marcomm</i>	43
5.1.2 Promosi <i>Online</i>	44
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	47
5.2.1 <i>Banner</i>	47
5.2.2 <i>X-Banner</i>	48
5.2.3 <i>Flyer</i>	48
5.2.4 Kartu Nama	49
5.2.5 Merchandise	49
5.2.6 Membuat Media Sosial Instagram dan Shopee.....	50
5.2.7 Mendaftarkan Alamat Lokasi Usaha Pie Susu Endang ke Dalam <i>Google Maps</i>	51
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	51
5.3.1 <i>Banner</i> Pie Susu Endang.....	51
5.3.2 <i>X-Banner</i> Pie Susu Endang.....	53
5.3.3 <i>Flyer</i> Pie Susu Endang.....	53
5.3.4 Kartu Nama Pie Susu Endang.....	54
5.3.5 Merchandise Pie Susu Endang.....	55
5.3.6 Media Sosial Pie Susu Endang.....	55
5.3.7 Alamat Lokasi Usaha Pie Susu Endang pada <i>Google Maps</i>	88
5.3.8 Promosi dan Partisipasi Peserta.....	89
5.3.9 Data Penjualan.....	93

5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan.....	95
5.4.1 Analisis Kegiatan.....	95
5.4.1.1 Kegiatan <i>online</i>	96
5.4.1.2 Kegiatan <i>offline</i>	122
5.4.2 Kendala.....	123
5.4.3 Potensi Keberlanjutan.....	124
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
6.1 Kesimpulan.....	125
6.1.1 Media Cetak Luar Ruang (<i>offline</i>)	125
6.1.2 Media Sosial (<i>online</i>)	125
6.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	130



UNIVERSITAS
MERCU BUANA