

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.4 Manfaat .....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Sosial .....	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 UMKM “Pie Susu Endang” .....	8
2.2 Profil Usaha.....	12
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku .....	12
2.4 Khalayak Sasaran .....	13
2.5 Peluang Usaha.....	14
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP</b> .....	<b>15</b>
3.1 Komunikasi Pemasaran .....	15
3.2 Bauran Pemasaran .....	16
3.3 <i>Digital Advertising</i> .....	17
3.4 <i>Digital Marketing</i> .....	18
3.5 <i>Creative Content</i> .....	19

	3.5.1 <i>Creative Director</i> .....	19
	3.5.2 <i>Copy Writing</i> .....	20
	3.5.3 <i>Art Directing</i> .....	25
	3.5.3.1 Komunikasi Visual .....	26
	3.5.3.2 Desain Visual.....	27
	3.5.3.3 Elemen-elemen Visual.....	28
	3.6 <i>Branding</i> .....	30
	3.6.1 <i>Strategi Branding</i> .....	30
	3.6.2 <i>Brand Awareness</i> .....	32
	3.7.1 Strategi Promosi.....	34
	3.7.2 <i>Digital Promotion</i> .....	35
	3.8 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	35
<b>BAB IV</b>	<b>METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>37</b>
	4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan .....	37
	4.1.1 Pelatihan .....	41
	4.1.2 Pendampingan.....	41
	4.2 Tahap Kegiatan .....	42
	4.2.1 Perencanaan .....	42
	4.2.3 Pelaksanaan.....	43
	4.3 Teknik Komunikasi.....	44
	4.4 Konsep Perancangan .....	44
	4.5 Bentuk-bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan .....	45
	4.6 Anggaran Kegiatan.....	46
	4.7 Jadwal Kegiatan .....	47
<b>BAB V</b>	<b>HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN 49</b>	
	5.1 Teknik Komunikasi.....	49
	5.1.1 Promosi <i>Offline</i> .....	49
	5.1.1.1 <i>Event Marcomm</i> .....	49
	5.1.2 Promosi <i>Online</i> .....	50
	5.2 Gambaran tahap – tahap pelaksanaan .....	52
	5.2.1 <i>Packaging</i> .....	53

5.2.3	<i>Flyer</i> .....	54
5.2.4	Kartu nama.....	54
5.3	Hasil kegiatan dan partisipasi peserta .....	55
5.3.1	<i>Banner</i> Pie Susu Endang .....	55
5.3.2	<i>X-Banner</i> Pie Susu Endang .....	56
5.3.3	<i>Flyer</i> .....	57
5.3.4	Kartu Nama .....	59
5.3.5	<i>Merchandise</i> “Pie Susu Endang” .....	60
5.3.6	Media Sosial “Pie Susu Endang” .....	61
5.3.7	Data Penjualan .....	101
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan.....	103
5.4.1	Analisis Kegiatan.....	103
5.4.1.1	Kegiatan <i>Online</i> .....	104
5.4.1.2	Kegiatan <i>Offline</i> .....	106
5.4.2	Kendala .....	107
5.4.3	Potensi Keberlanjutan .....	108
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
6.1	Kesimpulan .....	109
6.1.1	Media Cetak Luar Ruang ( <i>offline</i> ) .....	109
6.1.2	Media Sosial ( <i>online</i> ) .....	110
6.2	Saran.....	110
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>