

## Daftar Isi

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan Perancangan .....	8
1.4 Manfaat Perancangan .....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	10
2.1. Sasaran Kegiatan.....	10
2.2. PROFILE USAHA.....	24
2.3. Jenis - Jenis Perawatan di Lokasi Pertama .....	25
2.4. Jenis – Jenis Perawatan di Lokasi Kedua .....	27
2.5. KHALAYAK SASARAN.....	29
2.5. PELUANG USAHA .....	31
2.6 ANALISIS SWOT .....	32
BAB III KONSEP PERANCANGAN .....	35
3.1 KOMUNIKASI PEMASARAN.....	35
3.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	35
3.1.2 Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran .....	36
3.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	38

3.2	BAURAN PEMASARAN.....	40
3.3	BAURAN PROMOSI .....	46
3.4	Strategi Promosi .....	48
3.5	Deskripsi STP.....	49
3.5.1	Segmentation .....	49
3.5.2	Targeting .....	50
3.5.3	Positioning.....	51
3.6	Pemilihan Media Online.....	51
3.6.1	Media Promosi Melakukan Sosial Media Instagram .....	51
3.6.2.	Media Promosi Melalui Aplikasi Fave .....	53
3.7	Pemilihan Media Offline .....	54
3.8	Brand Awareness.....	55
3.9	UMKM.....	57
3.10	Konsep Perencanaan Pendampingan .....	58
3.10.1	Creative Brief .....	58
3.10.2	Perencanaan <i>Strategy Plan</i> .....	61
3.10.3	Konsep Perancangan .....	63
BAB IV	METODE PELAKSANAAN .....	64
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	64
4.1.1	Observasi.....	64
4.1.2	Wawancara.....	65
4.1.3	Diskusi .....	66
4.1.4	Konsultasi.....	67
4.1.5	Simulasi.....	69
4.1.6	Praktek .....	70
4.2	Tahapan Kegiatan.....	71
4.2.1	Perencanaan.....	71
4.2.2	Persiapan .....	72
4.2.3	Pelaksanaan .....	72
4.2.4	Evaluasi .....	74
4.3	Teknik Komunikasi .....	75
4.4	Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan .....	75

4.5	Anggaran Biaya Kegiatan.....	76
4.6	Jadwal Kegiatan .....	77
BAB V HASIL YANG DICAPAI .....		79
5.1	Teknik Komunikasi yang Digunakan .....	79
5.2	Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....	79
5.2.1	Membuatkan Desain Logo Produk Baru.....	80
5.2.2	Membuatkan Perencanaan Strategi Promosi Penjualan .....	81
5.2.3	Mendaftarkan Alamat Lokasi Usaha <i>Lily Day Spa and Beauty Salon</i> Kedalam Google Maps.....	89
5.2.4.	Aplikasi Fave.....	92
5.2.5.	Pormosi Media Cetak .....	95
5.3.	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	97
5.3.1.	Logo Salon Lily.....	98
5.3.2.	Partisipan Peserta .....	99
5.4.	Pendapatan Keuntungan Perbulan Selama Promo Berlangsung .....	101
5.5.	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan .....	103
5.5.1	Analisis Kegiatan .....	103
5.5.2	Analisis Kendala.....	104
5.5.3	Potensi Keberlanjutan.....	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		107
6.1	KESIMPULAN .....	107
6.2	SARAN.....	109
Daftar Pustaka.....		112
LAMPIRAN.....		116