

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
Abstrak	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan Perancangan	8
1.4 Alasan Pemilihan Judul	8
1.5 Manfaat Perancangan	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II GAMBARAN UMUM UMKM.....	10
2.1 Profil UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	10

2.2	Beberapa Analisis Aspek Produksi dan Manajemen Usaha sbb :	10
2.3	Masalah Pemasaran Yang Dihadapi Bau Kopi Indonesia	12
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP		13
3.1	Perancangan	13
3.2	Periklanan	14
3.2.1	Tujuan Periklanan	14
3.2.2	Fungsi Iklan	15
3.2.3	Proses Alur Kerja Periklanan	16
3.2.4	Menentukan Daya Tarik Iklan	19
3.3	Digital Marketing	21
3.3.1	Media Sosial	21
3.3.2	Instagram	22
3.3.3	Teknik Konten Media Sosial	26
3.4	Strategi Komunikasi	31
3.4.1	Implementasi Strategi AISAS	31
3.5	Perencanaan Strategi Kreatif	32
3.5.1	Pendekatan Komunikasi Kreatif	32
3.6	Analisa Spesifikasi Program	33
3.6.1	Spesifikasi Program	33
3.7	Konsep Komunikasi	37
3.7.1	Role Of Advertising	37
3.7.2	Tone Of Manner	37
3.7.3	Promise	37

3.8	Konsep Kreatif.....	38
3.8.1	Big Idea Desain Content Kreatif	38
3.8.2	Key Visual.....	38
3.8.3	Key Message	39
3.8.4	Theme.....	39
3.8.5	Message Execution.....	39
BAB IV METODE PELAKSANAAN		40
4.1	Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	40
4.1.1	Wawancara.....	40
4.1.2	Data Sekunder	41
4.1.3	Analisis SWOT Bau Kopi Indonesia	42
4.1.4	STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) Bau Kopi Indonesia	43
4.1.5	Creative Brief dari Creative Departement.....	44
4.1.6	Melakukan Evaluasi Secara Berkala.....	46
4.1.7	Peluang Usaha.....	46
4.2	Tata Cara Pelaksanaan.....	47
4.2.1	Pendampingan.....	54
4.2.3	Memfoto Produk dengan baik dan benar	55
4.2.4	Mendesain Content Instagram Menggunakan Software Adobe Photoshop.....	56
4.2.5	Mendesain Packaging Produk.....	56
4.3	Tahapan Kegiatan.....	57
4.4	Teknik Komunikasi	58

4.5	Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	59
4.6	Anggaran	59
4.7	Jadwal Kegiatan.....	62
4.8	Rencana Mitra Kerjasama	62
4.8.1	Rencana Mitra Kerjasama Penulis Dengan Pelaku UMKM Bau Kopi Indonesia.....	63
4.8.2	Rencana Mitra Kerjasama Pelaku UMKM Bau Kopi Indonesia Dengan Coffee Shop atau Kedai Kopi	64
4.9	Rencana Publikasi Luaran	65
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN		66
5.1	Tekhnik Komunikasi	66
5.2	Konsep <i>Content & Time Table</i>	111
5.3	Short Video Bau Kopi Indonesia.....	116
5.4	Tabel Rangkuman Kreatif	121
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		123
6.1	Kesimpulan.....	123
6.2	Saran.....	124
Daftar Pustaka		127
Lampiran		129
Curriculum Vitae.....		136