

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</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 GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Solusi.....	7
1.4 Target Luaran .....	8
1.5 Signifikan Project.....	8
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Demografis UMKM.....	9
2.2 Permasalahanan UMKM.....	12
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>16</b>
3.1 Komunikasi .....	16
3.1.1 Komunikasi Kelompok .....	16
3.2 Analisis SWOT .....	17
3.3 Perencanaan Komunikasi Assifi dan French.....	19
3.4 Pusat Pelatihan komunikasi ( <i>Communication Training Center</i> ) .....	20
3.5 New Media .....	21
3.6 Media Sosial .....	23
3.6.1 <i>Instagram</i> .....	23
3.6.2 <i>Facebook</i> .....	24
3.7 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) .....	25

3.8 Strategi <i>Branding</i> .....	27
3.8.1 Strategi .....	28
3.8.2 <i>Branding</i> .....	28
3.9 Konsep <i>Product branding</i> .....	29
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Teknik / tata cara pengukuran data .....	32
4.2 Tata Cara Pelaksanaan .....	33
4.3 Tahapan Kegiatan.....	39
4.4 Teknik Komunikasi.....	40
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan.....	41
4.6 Anggaran Dana.....	39
4.7 Jadwal Kegiatan .....	44
4.8 Indikator keberhasilan.....	45
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Teknik Komunikasi.....	47
5.2 Gambaran Tahapan Umum .....	51
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	54
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	67
5.5 Evaluasi.....	78
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>