

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.7.2 Analisis Data	6
1.7.3 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori yang Relevan	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 UMKM.....	11

2.1.3	Komunikasi	12
2.1.4	Periklanan.....	14
2.1.5	Marketing Digital	16
2.1.6	Media.....	19
2.1.7	Copywriting.....	20
2.1.8	Desain Komunikasi Visual.....	22
2.2	Kerangka Teori dan Asumsi.....	27
BAB III.....		28
3.1	Data	28
3.1.1	Data Produk.....	28
3.1.2	Data Khalayak Sasaran	30
3.1.3	Data Hasil Observasi.....	32
3.2	Analisis Data	37
3.2.1	Hasil Analisis Data Observasi.....	37
3.2.2	Hasil Analisis Data Wawancara.....	37
3.2.3	Hasil Analisis Data Kuesioner	38
3.2.4	Analisis Matriks Perbandingan	38
3.2.5	Analisis SWOT	42
3.2.6	Analisis P-5	44
3.2.7	Penarikan Kesimpulan	45
BAB IV		48
4.1	Konsep Pesan	48
4.1.1	Strategi Pesan.....	48
4.1.2	Big Idea (Storyline).....	50
4.2	Konsep Media	51
4.2.3	Perencanaan AISAS	53
4.2.2	Perencanaan Media	54
4.3	Konsep Visual	55
4.3.1	Ide Visual	55
4.3.2	Perancangan Visual.....	57

BAB V.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68