

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Bab I PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
I.1 Latar Belakang .....	15
I.2 Perumusan Masalah .....	18
I.3 Tujuan Penelitian .....	18
I.4 Batasan Penelitian.....	19
I.5 Manfaat Penelitian .....	19
I.6 Sistematika Penulisan .....	19
<b>Bab II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>21</b>
II.1 Komunikasi Pemasaran.....	21
II.2 Komunikasi Pemasaran UKM di Indonesia.....	23
II.3 <i>Segmentation</i> .....	24
II.4 Studi Penelitian Terdahulu.....	25
II.5 Metode Rancangan Komunikasi Pemasaran.....	28
II.6 <i>Benchmarking</i> .....	29
II.6.1 <i>Varian Benchmarking</i> .....	29
II.6.2 <i>Tahapan Benchmarking</i> .....	30

II.6.3	<i>Tools Benchmarking</i> .....	32
<b>Bab III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
III.1	Model Konseptual .....	34
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah .....	35
III.2.1	Tahap Identifikasi dan Pendahuluan.....	37
III.2.2	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	38
III.2.3	Tahap Analisis dan Perumusan Rekomendasi .....	41
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran .....	42
<b>Bab IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>43</b>
IV.1	Identifikasi UKM.....	43
IV.1.1	Identifikasi Profil UKM Nutrity .....	43
IV.1.2	Identifikasi Profil Usaha CV.DODO-MIS (Pesaing) .....	45
IV.2	Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran .....	47
IV.2.1	Program Komunikasi Pemasaran UKM Nutrity.....	48
IV.2.2	Program Komunikasi Pemasaran CV.DODO-MIS .....	49
IV.3	Identifikasi Sumber Daya Manusia UKM Nutrity .....	52
IV.4	Identifikasi <i>Gap</i> .....	52
IV.5	Penentuan <i>Performance Indicator</i> .....	56
IV.5.1	Penentuan <i>Performance Indicator</i> Program Komunikasi Pemasaran.....	57
IV.5.2	<i>Gap</i> Program dan Media Komunikasi Pemasaran .....	58
<b>Bab V</b>	<b>ANALISIS DAN REKOMENDASI PROGRAM</b> .....	<b>61</b>
V.1	Analisis Program dan Media Komunikasi yang Dapat Digunakan .....	61
V.2	Rekomendasi Program Komunikasi Pemasaran .....	63
V.2.1	<i>Advertising</i> (Koran) .....	63
V.2.2	Program <i>Reseller</i> .....	64
V.2.3	Promosi Penjualan ( <i>Sample</i> produk).....	66
V.3	Rekomendasi Media Komunikasi Pemasaran.....	66
V.3.1	Analisis Penggunaan Media Sosial.....	67
V.3.2	Analisis Pemilihan Facebook.....	67
V.3.3	Analisis Konten Media Sosial.....	71

V.3.4	Rekomendasi Konten Komunikasi Pemasaran UKM Nutrity .....	72
V.4	Rancangan Biaya Implementasi Program Komunikasi Pemasaran .....	73
V.5	Rencana Implementasi Program Komunikasi Pemasaran .....	75
V.5.1	Prioritas Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran .....	75
V.5.2	Tahapan Implementasi Komunikasi Pemasaran Usulan.....	77
<b>Bab VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
VI.1	Kesimpulan.....	79
VI.2	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>