

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I.1 Data produksi Sampah Kota Bandung..... | 2 |
| Gambar I.2 Presentase Masyarakat dan Mahasiswa Terhadap <i>Food Waste</i> | 4 |
| Gambar I.3 Kebiasaan Masyarakat dan Mahasiswa Terhadap Makanan Berlebih. 5 | |
| Gambar II.1 Archetype..... | 18 |
| Gambar III.1 Model Konseptual | 30 |
| Gambar IV.1 Pendapatan Beebagi.id Selama 3 Periode | 33 |
| Gambar IV.2 Estimasi pendapatan..... | 33 |
| Gambar IV.3 Pengeluaran Beebagi.id Selama 3 Periode..... | 35 |
| Gambar IV.4 Google form untuk donatur..... | 39 |
| Gambar IV.5 Hasil Survei Donatur Beebagi..... | 40 |
| Gambar IV.6 Hasil Survei Media Sosial yang Sering Digunakan Oleh Donatur . | 41 |
| Gambar IV.7 Hasil pengisian google form oleh donatur beebagi..... | 41 |
| Gambar IV.8 <i>Lean Canvas Beebagi</i> | 42 |
| Gambar IV.9 Rancangan desain brosur | 47 |
| Gambar IV.10 Rancangan desain x-banner | 47 |
| Gambar IV.11 Brand Voice Beebagi | 67 |
| Gambar IV.12 Core Message Beebagi..... | 68 |
| Gambar IV.13 <i>Copywriting</i> Beebagi | 69 |
| Gambar IV.14 Brand personality | 70 |
| Gambar V.1 Implementasi adds posting minggu ke-1 | 72 |
| Gambar V.2 Implementasi adds posting minggu ke-2..... | 73 |
| Gambar V.3 Implementasi adds posting minggu ke-4..... | 75 |
| Gambar V.4 Implementasi Pemasaran Melalui Profil Beebagi.id Minggu ke-1 .. | 76 |
| Gambar V.5 Implementasi Pemasaran Melalui Profil Beebagi.id Minggu ke-2 .. | 77 |
| Gambar V.6 9 Implementasi Pemasaran Melalui Profil Beebagi.id Minggu ke-3 | 78 |
| Gambar V.7 Implementasi Pemasaran Melalui Profil Beebagi.id Minggu ke-4 .. | 79 |
| Gambar V.8 Hasil Perancangan Desain Brosur | 80 |
| Gambar V.9 Hasil Perencanaan Banner | 81 |
| Gambar V.10 Gantungan Kunci..... | 82 |
| Gambar V.11 Perbandingan Strategi Dengan Menggunakan Metode SOSTAC.. | 83 |
| Gambar V.12 Dashboard interaksi Instagram..... | 85 |
| Gambar V.13 Dashboard interaksi Instagram..... | 85 |