

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	7
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Sistematika Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori Umum dan Khusus.....	10
2.1.1. Teori Umum.....	10
2.1.1.1. Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Bisnis Kuliner.....	10
2.1.1.1.1. Definisi UMKM.....	10
2.1.1.1.2. UMKM Bisnis Kuliner.....	10
2.1.1.2. Pemasaran Digital.....	11
2.1.1.3. Strategi Pemasaran Digital.....	12

2.1.1.4. Komunikasi Pemasaran Digital.....	13
2.1.1.5. Manajemen Desain.....	14
2.1.1.6. Human Centered Design.....	15
2.1.1.7. Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2. Teori Khusus.....	17
2.1.2.4. Analisis SWOT.....	19
2.1.2.5. Contact Point Management	21
2.1.2.6. Model AISAS.....	21
2.1.2.7. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	22
2.1.2.8. Media Sosial.....	25
2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	28
2.3. Penelitian Terdahulu.....	29
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1. Pendekatan yang Digunakan.....	40
3.3. Metode Pengumpulan Data	40
3.4. Uji Validitas Data.....	42
3.5. Metode Analisis Data.....	42
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1. Profil UMKM Waroeng Soejo.....	44
4.1.2. Karakteristik Narasumber.....	47
4.2. Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Analisis SWOT.....	55
4.2.2. Mengidentifikasi Manfaat Produk dan Insight Target Audiens.....	57
4.2.3. Analisis Contact Point Management.....	59
4.2.5. Analisis AISAS.....	62

4.2.7. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Waroeng Soejo.....	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74