

DAFTAR ISI

HALAMAN LUAR	i
HALAMAN DALAM	ii
SURAT KETERANGAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR BAGAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.2. Media Komunikasi Pemasaran Di Era Digital.....	17
2.3. Memasarkan Produk UMKM	20
2.3.1. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran (Targeting) dan Positioning ...	21
2.3.2 Saluran Pemasaran	21
2.3.3. Media Pemasaran	22
2.4. Digital Sosial Media Untuk Pemasaran UMKM.....	24
2.5 Penelitian Terdahulu	28
2.7. Kerangka Berpikir	39

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Subjek & Objek Penelitian	41
3.3 Sumber Data	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Uji Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta	47
4.2 Struktur Organisasi Dinas Koperasi UKM DIY	49
4.2.1 Sekretariat	49
4.2.2 Bidang Koperasi	50
4.2.3 Bidang Usaha Kecil dan Menengah	51
4.2.4 Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM	51
4.2.5 Bidang Pembiayaan	52
4.3 SiBakul Jogja	53
4.3.1 Profil SiBakul Jogja	53
4.3.2 Berdirinya SiBakul Jogja	56
4.3.3 Konsep Dasar Pengembangan Sibakul Jogja	56
4.3.4 Skema Pendampingan UMKM	57
4.3.5 Mitra SIBAKUL JOGJA	57
4.3.6 Website SiBakul Jogja	58
4.4 Komunikasi Pemasaran SiBakul Jogja	65
4.5 Strategi dan Media Komunikasi Pemasaran SiBakul Jogja Di Era Digital	74
4.6 Memasarkan Produk UMKM SiBakul Jogja	88
4.8 Digital Sosial Media Pemasaran UMKM SiBakul Jogja	94
4.9 Model Komunikasi Pemasaran Digital SiBakul Jogja	99
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Covid-19 Daerah Istimewa Yogyakarta.	2
Gambar 1. 2 Tampilan landing page SiBakul Jogja.....	7
Gambar 2. 1 Struktur system E-Commerce berbasis web	24
Gambar 2. 2 Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital.	27
Gambar 4. 1 Tampilan produk-produk umkm	59
Gambar 4. 2 Tampilan Profil Mitra SiBakul Jogja	60
Gambar 4. 3 Tampilan Produk kerajinan UMKM	60
Gambar 4. 4 Mekanisme Pendaftaran Sibakul Jogja tahun 2022	61
Gambar 4. 5 Mekanisme Pendaftaran Sibakul Jogja	63
Gambar 4. 6 Sibakul Ekspor	63
Gambar 4. 7 Layanan SiBakul Studio.....	64
Gambar 4. 8 Kegiatan pameran Produk SiBakul Jogja.....	67
Gambar 4. 9 Poster Gratis Ongkir SiBakul Jogja	68
Gambar 4. 10 Langkah langkah berbelanja UMKM di Sibakul Jogja.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Katagori Media Baru.....	17
Tabel 2. 2 Klasifikasi Jalur Pemasaran Digital.	18
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Dinas Koperasi UKM DIY	49
Tabel 4. 2 Sasaran strategis, strategi dan kebijakan.....	74
Tabel 4. 3. Kurikulum pendampingan berdasarkan kondisi UMKM.....	78

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Langkah-Langkah dalam Mengembangkan Komunikasi Pemasaran.	13
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran Peneliti	39
Bagan 4. 1 Proses Komunikasi Pemasaran SiBakul Jogja.....	87
Bagan 4. 2 Bagan Model Komunikasi Pemasaran SiBakul Jogja.....	102
Bagan 4. 3 Bagan Rekomendasi Model Komunikasi Pemasaran SiBakul Jogja	104