



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication  
Baginda Oloan  
44315010014

Pembuatan Media Pemasaran UMKM “Bannaci Pisang Nugget” Dalam Membangun *Brand Awareness*

Jumlah Halaman : 6 Bab 125 hal+Lampiran+11Buku+2Jurnal+  
1Lainnya

### **ABSTRAK**

Seiring perkembangannya pasar saat ini UMKM di Indonesia semakin berkembang pesat di berbagai pasaran dan semakin banyak pesaingnya. Berbagai macam inovasi pun sering bermunculan di benak para masyarakat maupun benak para pengusaha makanan yang ingin memenuhi harapan inovasi untuk konsumennya.

Mengenalkan dan memperluas pangsa pasar produk UMKM dibutuhkan kesadaran dalam membentuk *Branding* namun strategi *Branding* pun masih belum diaplikasikan oleh pelaku-pelaku UMKM dan hanya mengandalkan distributor untuk memasarkan produk dagangannya dan konsumen tetap merekapun masih bersifat konvensional sehingga kurang pengetahuan tentang strategi branding rumitnya pengurusan *brand* atau merk dagang yang mereka jual.

Membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk menjual dan membeli produk secara online, para pengusaha juga mempromosikannya bertujuan untuk memperbaiki produk yang dijualnya, jika produk yang mereka memberikan kesan terbaik di benak pelanggan akan terciptanya juga *Brand Awareness* kepada khalayak.

*Media Planner* membuat dan mencetuskan ide-ide baru untuk mengaplikasikan iklan dan komunikasi pemasarannya. Mereka perlu memahami arti dari sebuah *content* dari sebuah media sosial maupun media cetak dan luar ruang agar dapat mengkomunikasikan sebuah pemasaran kepada konsumen baru.

Konten dalam sebuah media ialah hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha, konten dapat mengkomunikasikan merk, visibilitas merk, meningkatkan pemasaran dan penjualan, dan memperkuat pesan terutama dari media pemasaran yang kita kelola, karena media sosial merupakan elemen penting dalam dunia pemasaran di jaman globalisasi seperti ini agar konsumen tertarik dari sebuah media pemasaran yang kita jual terhadapnya.

**Kata Kunci:** UMKM, *Brand Awareness*, *Media Planner*, Media Luar Ruang.