



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication
Livia Galuh Iswandi
44315010019

Pembuatan *Creative Promotion* UMKM “Cumi Crispy” Dalam Membangun *Brand Image*

Jumlah Halaman : xiii + 143 Halaman + 29 Gambar

Bibliografi : 23 Acuan, Tahun 2006 – 2017

ABSTRAK

Seiring perkembangan pasar saat ini, UMKM di Indonesia semakin berkembang pesat dipasaran dan semakin banyak pesaingnya. Berbagai macam inovasi pun mulai bermunculan di benak para pengusaha makanan yang ingin memenuhi harapan para konsumennya.

Mengenalkan dan memperluas pangsa pasar produk UMKM dibutuhkan kesadaran *branding*. Namun strategi *branding* masih belum diaplikasikan oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM hanya mengandalkan distributor untuk menjualkan produknya dan pelanggan tetap mereka ditambah usaha mereka masih bersifat konvensional sehingga kurang pengetahuan tentang Strategi branding, rumitnya pengurusan *brand* atau merk produk dagang.

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.

Creative Director membuat dan menemukan ide-ide baru untuk branding, kampanye iklan dan pesan pemasaran. Mereka perlu memahami desain dan copywriter, dan mengenali pendekatan fresh untuk iklan.

Desain adalah hal yang penting dalam menjalankan usaha karena desain dapat mengkomunikasikan merek, meningkatkan visibilitas merek, meningkatkan penjualan, dan memperkuat pesan. Terutama menentukan warna, karena warna merupakan elemen yang penting dari seni visual. Warna akan menunjukkan sifat dan mood dari sebuah entitas.

Kata Kunci : UMKM, *Brand Awareness*, *Creative Director*, Desain