



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Miftah Antaries
44315010010

Pendampingan UMKM Nasi Bebek Madura Bang Udin Dalam Mengelola Media Promosi Untuk Memperluas Wilayah *Awareness* Konsumen.

Jumlah Halaman : iii + 112 Halaman + 15 Gambar

Bibliografi : 6 Bab, 4 Buku, 4 Jurnal, 2 Web

ABSTRAK

Dengan perkembangan media yang cepat di Indonesia sangat mempengaruhi UMKM dalam memasarkan produknya. Inovasi sering muncul dibenak pengusaha yang ingin memenuhi kepuasan konsumen dengan berbagai kemudahan yang didapatkan.

Untuk memperluas pangsa pasar produk UMKM sangat dibutuhkan kesadaran dalam pemasaran online agar dapat membentuk *branding* dalam memasarkan produknya, tetapi strategi *branding* juga belum dapat diaplikasikan dengan baik oleh para pelaku UMKM yang hanya mengandalkan pemasaran *offline* dalam memasarkan produknya hingga sampai ke benak konsumen.

Dalam membangun komunikasi pada konsumen atau calon konsumen, pengusaha selalu memperbaiki dalam mempromosikan produk yang dijualnya agar produk yang mereka jual dapat memberikan kesan terbaik pada konsumen dan terciptanya *Brand Awareness* pada khalayak.

Pendamping memberikan pemahaman, membuat sampai mengaplikasikan media UMKM dan komunikasi pemasarannya. Sangat diperlukan bagi mereka cara memahami arti dari media agar mereka dapat menggunakan dengan baik dan mampu secara mandiri mengkomunikasikan produk mereka kepada konsumen baru yang belum mengetahui UMKM mereka.

Penggunaan media dalam memasarkan produk UMKM ialah hal yang sangat penting dalam memperluas *Awareness* konsumen. Mengkomunikasikan produk, meningkatkan pemasaran dan penjualan hingga memperkuat pesan dari media yang digunakan dalam memasarkan produk. Media sosial adalah elemen yang sangat penting didalam dunia pemasaran era globalisasi sekarang ini untuk menarik konsumen agar tertarik dalam pemasaran melalui media sosial.

Kata Kunci : UMKM, *Brand Awareness*, Pendamping, Media Sosial