



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication*
Mohamad Dioyulianto
44315010040

Pendampingan UMKM Nasi Bebek Madura Bang Udin Dalam Mengembangkan Promosi dan Pemasaran Untuk Memperluas Awareness Konsumen
Bibliografi : 6 Bab 125 hal + Lampiran +12 Buku +1 Internet+ 2 Jurnal

ABSTRAK

Produk yang dijual adalah Nasi Bebek Khas Madura. UMKM ini berada di wilayah Bintaro, tepatnya di Jalan Bintaro Tengah, Rt04/08, harga yang ditawarkan oleh UMKM Nasi Bebek Madura sendiri yaitu Rp.18.000 per porsi, dimana bebeknya sendiri seharga Rp.13.000, untuk nasi putihnya seharga Rp.5.000 dan untuk minuman hanya ada jenis teh, yaitu es teh manis seharga Rp3.000 dan untuk teh tawar seharga Rp.2.000. UMKM Nasi Bebek Madura sudah berdiri selama 3 tahun,

Untuk menciptakan perencanaan pemasaran yang strategis guna meningkatkan penjualan dari produk Nasi Bebek Madura tersebut dengan cara membuat logo, membuat tagline, membuat packaging yang lebih menarik guna menciptakan Nasi Bebek Madura yang tidak monoton serta berbeda dari produk UMKM sejenis lainnya

Dalam perencanaan periklanan juga dikemukakan aktivitas promosi lain yang penting dan relevan untuk dilakukan sehingga mendukung tujuan pemasaran secara umum seperti *packaging, advertising, public relation, sales promotion* dan *direct marketing*.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam kegiatan, diantaranya adalah kegiatan *offline* dan *online*. Secara *online* dilakukan melalui media sosial sebagai alat melakukan promosi, secara *offline* penulis membuat *content creator* membuat desain logo untuk membentuk identitas dari Nasi Bebek Madura, spanduk untuk mempercantik tempat penjualan, *packaging* sebagai pembeda dari UMKM sejenis lainnya serta *flyer* dan poster untuk menginformasikan mengenai promosi yang dijalankan.

Kata Kunci : *Promosi, Strategic Planner*