



UNIVERSITAS MERCU BUANA
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Periklanan dan Marketing Komunikasi
Nurullia Ambarwati
44316010005

Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif Promosi Produk Natavera Yayasan An-Nashihin dalam Membangun *Brand Awareness* Masyarakat Kademangan Tangerang Selatan Periode program pendampingan Juni 2019 – April 2020

Jumlah Halaman : xvii + 194 Halaman

Bibliografi : 44 Acuan

ABSTRAK

Bisnis minuman kemasan rumahan menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas kini makin menjamur. Pelaku usaha UMKM yang bergerak dibidang industri Makanan dan Minuman mencapai 44.9%, hampir setengah bagian dari pangsa pasar. Hal ini menjadi tantangan untuk UMKM yang baru memulai usaha, bagaimana dapat bersaing dengan produk-produk lain sejenisnya.

Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk melakukan pendampingan pembuatan kreatif untuk membantu Mitra Yayasan An-Nashihin terhadap produk Natavera dalam tujuan membangun Kesadaran Merek Masyarakat Kademangan Tangerang Selatan.

Strategi perencana kreatif memegang peranan penting demi kelangsung hidup UMKM yaitu membuat perancangan Logo, Kemasan dan Konten Pemasaran di Media Offline dan Media Online sebagai bentuk media promosi, merencanakan iklan sebuah produk, penulis menjadi seorang *Content Creator* yang menjual sebuah tulisan untuk dapat memengaruhi minat beli konsumen dengan kata-kata yang menarik dan persuasif, Menyusun slogan atau *Tagline* Merek yang mendorong kampanye iklan, membuat Storyline dan Script Iklan, merumuskan visual dan tata letak Layout dari sebuah Brief yang disampaikan oleh *Strategic Planner*, serta melakukan pendampingan selama 10 bulan terhadap mitra Yayasan An-Nashihin untu menambah wawasan mengenai desain dan memiliki sifat mandiri.

Strategi Promosi sangat responsif karena mampu menciptakan respon audien terhadap perusahaan. Promosi bersifat personal sehingga responsif terhadap perilaku audiens. Penjualan personal mampu membina relasi antara perusahaan dengan konsumen.

Kata kunci : *Pendampingan, Kreatif, Promosi, UMKM*



MERCU BUANA UNIVERSITY
Faculty Of Communication
Field Of Study Digital Advertising and Marketing Communication
Nurullia Ambarwati
44316010005

Monitoring and Creation of Creative Content for An-Nashihin Foundation Natavera Product Promotion in Building Brand Awareness of Kademangan Selatan Tangerang Community (Period of mentoring program June 2019 - April 2020)

Number of Pages : xvii + 194 Page
Bibliography : 44 References

ABSTRACT

The home-based beverage packaging business using fresh, quality ingredients is now mushrooming. MSME business operators engaged in the Food and Beverage industry reached 44.9%, almost half of the market share. This is a challenge for SMEs who are just starting a business, how to compete with other similar products.

The Final Project of this Country Care aims to provide creative planning assistance to assist An-Nashihin Foundation Partners for Natavera products in the aim of building the Brand Awareness Community of Kademangan, South Tangerang.

Creative planner strategy plays an important role for the survival of MSMEs, namely designing logos, packaging and marketing content in offline media and online media as a form of media promotion, planning the advertisement of a product, the writer becomes a content creator who sells an article to influence consumer buying interest with words that are interesting and persuasive, compile slogans or brand taglines that encourage ad campaigns, create storylines and ad scripts, formulate visuals and layout layouts from a Brief delivered by Strategic Planner, and provide 10-month mentoring to your Foundation partners. Nashihin to add insight into design and has an independent nature.

The promotion strategy is very responsive because it can create an audience response to the company. Promotion is personal so it is responsive to audience behavior. Personal sales can build relationships between companies and consumers.

Keywords: *Monitoring, Creative, Promotion, UMKM*