



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication
Zulfa Zain Hartiningtyas
44316010035

Pendampingan UMKM Pie Susu Endang Dalam Menyusun Strategi *Media Placement* Untuk *Branding* dan *Promosi* Sebagai Oleh-oleh Khas Jakarta
Jumlah Halaman : xvi + 188 Halaman + 38 Gambar
Bibliografi : 25 Acuan, Tahun 2006 - 2019

ABSTRAK

Seiring perkembangan pasar saat ini, UMKM di Indonesia semakin berkembang pesat dipasaran dan semakin banyak pesaingnya. Berbagai macam inovasi pun mulai bermunculan dibenak 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 dibenak pelanggan akan terciptanya *Brand Awareness* kepada khalayak.

Media Placement Branding & Promosi membuat peningkatan kredibilitas usaha UMKM tersebut dengan memilih *platform* media yang tepat untuk usaha mereka. *Media Placement* yang tepat sangatlah penting bagi sebuah usaha yang sedang dijalani, hal ini akan berpengaruh terhadap *image* produk atau jasa yang sedang diiklankan tersebut. Media adalah hal yang penting yaitu agar pesan yang ingin disampaikan pada sebuah iklan yang dibuat dapat tersampaikan secara tepat kepada *target audiens* yang tepat pula.

Kata Kunci : UMKM, Brand Awareness, Media Placement, Media Digital.