



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication  
Divya Varshna Qamilla  
44316010054

Pendampingan UMKM Pie Susu Endang Dalam Menyusun Strategi Konten Kreatif Untuk Branding & Promosi Sebagai Oleh – Oleh Khas Jakarta.

Jumlah Halaman : xv + 172 Halaman + 43 Gambar

Bibliografi : 35 Acuan, Tahun 2007 - 2017

### **ABSTRAK**

Komunikasi pemasaran terpadu telah diadopsi baik di perusahaan besar maupun perusahaan kecil, termasuk di lingkungan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Salah satu contoh dari komunikasi pemasaran terpadu yang dapat diterapkan oleh UMKM adalah dengan memperkenalkan produk mereka kepada pelanggan menggunakan brosur, banner (spanduk), dan pemasaran online, meski begitu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh UMKM masih terkendala oleh biaya, juga kemampuan promosi yang sangat minim yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan kesadaran pemilik UMKM mengenai *branding* dan promosi dan hanya mengandalkan “Words of mouth” atau promosi dari mulut ke mulut, maka dari itu, Konten Kreatif untuk *Branding & Promosi* menjadi dibutuhkan oleh usaha UMKM guna menunjang *awareness* khalayak akan produk yang di jual. Hal ini akan berpengaruh terhadap *image* produk yang sedang diiklankan. Konten Kreatif adalah hal yang penting agar pesan yang ingin disampaikan pada sebuah iklan dapat tersampaikan secara baik kepada *target audiens*.

**Kata Kunci :** UMKM, *Brand Awareness*, Konten Kreatif