



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication  
Mega Ayu Alfatiana  
44316010071

Perancangan Dan Pendampingan Media Promosi Online & Offline Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Jasa UMKM Lily Day Spa and Beauty Salon  
Jumlah Halaman :127 Halaman  
Bibliografi :15 Acuan

### ABSTRAK

Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk memajukan perencanaan media promosi online dan offline pada usaha mikro kecil dan menengah yang akan membantu para pelaku UMKM. Saat ini UMKM menggunakan media online dan offline sebagai sarana untuk berjualan atau memasarkan produk atau jasanya, maka dari itu diperlukan pengetahuan pemasaran melalui media online dan offline serta *brand awareness*. Penggunaan Media Online berkembang sangat pesat di Indonesia, sehingga para pemasar seperti UMKM menggunakan media online sebagai salah satu alat pemasaran untuk memperkenalkan jasa / produk yang ditawarkannya . Agar UMKM dapat bertahan dan bersaing secara ketat di media online, untuk itu pelaku UMKM harus membuat strategi pemasaran di media online dengan cara yang tepat agar terjalinnya hubungan antara merek dan konsumen. Dalam membangun hubungan antara konsumen dengan merek tentunya harus melakukan beberapa aktivisasi / *activation* di media online agar dapan menarik perhatian khalayak luas.

*Kata Kunci* : *Media Promosi Online dan Offline, UMKM, Brand Awareness*



Mercu Buana Universitn  
Faculty of Communication  
Field Of Study Digital Advertising & Marketing Communication  
Mega Ayu Alfatiana  
44316010071

Media Promotion Online and Offline to Increasing Brand Awareness of Lily Day  
Spa and Beauty Salon

Number of Pages :127 Pages  
Bibliography :15 References

### **Abstract**

Last Project of Community Service is aims to advance the planning of online and offline promotional media on micro and small businesses that will help UMKM. Nowadays, UMKM use online and offline media as a means to selling their products or services, therefore marketing knowledge through online and offline media and brand awareness is needed. The use of online media is growing very rapidly in Indonesia, so marketers such as UMKM use online media as a marketing tool to introduce the services / products they offer. In order for MSMEs to survive and compete strictly in online media, UMKM must create marketing strategies in online media in the right way so that the relationship between brands and consumers is nominated. In building relationships between consumers and brands, of course, they must carry out several activations / activations in online media so that they can attract the attention of a wide audience.

Keyword : Media Promotion Online and Offline, UMKM, Brand Awareness