

Universitas Mercu Buana
Fakultas Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Krisna Putra Pratama
44316010085

Perencanaan dan pendampingan Content Creative pada “umkm Coffeetea Baskopt” dalam Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi

Bibliografi: 6 Bab 79 Hal

ABSTRAK

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam UU Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro, Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Tugas Akhir Peduli Negri ini berjuan untuk Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pada usaha mikro kecil dan menengah atau yang dikenal sebagai UMKM. Perencanaan ini nantinya akan membantu mitra dalam menentukan Content Creative yang berkualitas baik dan tentunya menjual dimedia sosial instagram.saat ini,UMKM menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berjualan karena media sosial memiliki dampak yang sangat positif, serta kegunaan yang sangat baik untuk berjualan. untuk media sosial instagram, mitra harus mengetahui beberapa strategi Creative.

Content Creative memegang peran yang sangat penting untuk mitra di media sosial instagram. kualitas foto yang baik serta desain yang memiliki nilai utama untuk berjualan dimedia sosial instagram. keberhasilan suatu Content Creative dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pertama desain yang bertema membujuk serta desain yang memberikan informatif selain dari desain hal yang menjadi faktor keberhasilan dari Content Creative berupa teknik foto produk yang berkualitas dan indah.

kata kunci : *Content Creative, UMKM, Strategi konten*

ABSTRACT

In Indonesia, the definition of MSME is regulated in Law of the Republic of Indonesia No.20 In 2008 concerning UMKM stated that micro business is business productive owned by individuals and / or individual business entities that have micro business criteria, Small Business is a productive economic business that stands itself, which is carried out by individuals or business entities that are open is a subsidiary or not a subsidiary that is owned, controlled or be a part, both directly and indirectly, of the medium or business large businesses that meet the criteria of small businesses.

This Final Assignment for the Negri Carries out for Social Media Utilization as a medium of promotion in micro, small and medium enterprises or known as UMKM. This planning will later assist partners in determining Creative content that is of good quality and certainly sells on social media instagram. at present, MSME uses social media as a means to selling because social media has a very positive impact, as well as usability which is very good for selling. For Instagram social media, partners must know some Creative strategies.

Content Creative plays a very important role for partners in Instagram social media. good quality photos and designs that have value main for selling social media on Instagram. the success of a Content Creative is influenced by several factors, the first themed design persuading as well as designs that provide informative aside from the design of things that are a success factor of Creative Content in the form of product photo techniques quality and beautiful.

keywords: Content Creative, MSME, Content Strategy