

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Marsha Alifia
44517010041

Strategi Konten Promosi UMKM Makanan Ringan Khas Betawi Muhibah Pada
Media Sosial
Bibliografi : 6 BAB 119 Hal + Lampiran + 14 buku + 5 Jurnal + 12 internet

ABSTRAK

Promosi pada suatu bisnis merupakan hal yang penting. Seperti pada promosi di media sosial *Instagram* yang mana kegiatan promosi tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup mahal atau dapat dikatakan murah. Hanya dengan membuat konten yang kreatif lalu *upload* di akun media sosial, dengan begitu sesuatu yang ingin dipromosikan akan tersebar luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendampingi salah satu pelaku UMKM Bir pletok Muhibah agar tidak kalah saing dalam segi strategi promosi dengan pelaku usaha lainnya.

Dengan menggunakan teori yang dikemukakan Kotler et al (2017) mengenai strategi perencanaan Content Marketing yang terdiri dari menyusun tujuan, pemetaan audiens, perancangan dan ideasi konten, pembuatan konten, distribusi konten, amplifikasi konten, evaluasi konten, dan pengembangan konten ini dapat membantu untuk meningkatkan promosi suatu usaha dengan membuat konten kreatif yang menarik. Memanfaatkan media sosial saja tidak cukup jika kita tidak tahu strategi yang tepat untuk usaha yang ingin kita kembangkan.

Penelitian ini menggunakan metode pendampingan kepada UMKM makanan ringan khas Betawi Muhibah yang dimana perancang merencanakan kegiatan pelatihan dan bimbingan untuk peningkatan pengetahuan terkait digital dan strategi perancangan konten. Hasil dari kegiatan pendampingan ini adalah UMKM Bir pletok Muhibah telah memiliki desain kemasan yang menarik serta memiliki akun media sosial *instagram* dengan 153 followers dan 22 postingan konten yang memiliki konsep variatif.

Kata kunci : Pendampingan dan pelatihan, Strategi konten, Media sosial, Promosi, *Instagram*

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Marsha Alifia
44517010041

Strategi Konten Promosi UMKM Makanan Ringan Khas Betawi Muhibah Pada
Media Sosial

Bibliography : 6 CHAPTER 119 Pages + Appendix + 14 books + 5 Journals + 12
internet

ABSTRACT

Promotion of a business is very important. As in promotions on Instagram social media where promotional activities do not need to be expensive or can be said to be cheap. Only by creating creative content and then uploading it on social media accounts, then something you want to promote will be widely spread. This study aims to assist one of the MSME actors, Bir Pletok Muhibah so that they are not less competitive in terms of promotional strategies with other business actors.

By using the theory put forward by Kotler et al (2017) regarding the Content Marketing planning strategy which consists of setting goals, audience mapping, content design and ideation, content creation, content distribution, content amplification, content evaluation, and content development this can help to improve promotion of a business by creating interesting creative content. Just using social media is not enough if we don't know the right strategy for the business we want to develop.

This study uses a mentoring method for MSME typical of Betawi Muhibah snacks where the designer plans training and guidance activities to increase knowledge related to digital and content design strategies. The result of this mentoring activity is that the MSME Bir Pletok Muhibah has an attractive packaging design and has an Instagram social media account with 153 followers and 22 content posts that have varied concepts.

Keywords: *Mentoring and training, Content strategy, Social media, Promotion, Instagram*