

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Communication

Khairunissa

44517010048

## STRATEGI *BRANDING* PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI

### MELALUI MEDIA SOSIAL PADA *BRAND* MUHIBAH

Bibliografi : 6 Bab 145 Hal + Lampiran + 13 buku + 1 prosiding + 1 skripsi + 7 Jurnal + 17 internet.

### ABSTRAK

Salah satu agar pelaku usaha dapat unggul dalam sektor ekonomi yaitu penerapan atau pemilihan strategi yang tepat. Promosi digital menjadi alasan mengapa pelaku UMKM dapat bersaing dengan ketat dan menghasilkan sumber daya manusia yang produktif. Pembisnis bisa membangun *branding* produk melalui strategi di media sosial atau menciptakan citra yang baik pada produknya. UMKM makanan ringan khas Betawi Muhibah merupakan UMKM kuliner yang menghasilkan makanan khas Jakarta seperti bir pletok, kue akar kelapa, maupun keripik pisang. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh tim TAPN permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Muhibah yaitu publikasi konten yang kurang terstruktur sehingga *branding* yang dihasilkan pun juga kurang dan berdampak pada minat konsumen terhadap produk maupun kegiatan promosi.

Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan kepada UMKM makanan ringan khas Betawi Muhibah yang dimana perancang mengadakan kegiatan pelatihan dan bimbingan untuk peningkatan pengetahuan terkait promosi 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. Serta mengetahui pembuatan *plan-plan* untuk strategi promosi digital.

**Kata kunci :** Pendampingan dan pelatihan, Strategi *branding*, Media sosial, *positioning*, Promosi, *Instagram*.



Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Communication

Khairunissa

44517010048

### **STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI**

### **MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH**

Bibliografi : 6 Bab 145 Hal + Lampiran + 13 buku + 1 prosiding + 1 skripsi + 7 Jurnal + 17 internet.

#### **ABSTRACT**

*One of the ways that business actors can excel in the economic sector is the application or selection of the right strategy. Digital promotion is the reason why MSME actors can compete fiercely and produce productive human resources. Businessmen can build product branding through strategies on social media or create a good image on their products. Betawi Muhibah typical snack SMEs are culinary SMEs that produce Jakarta specialties such as pletok beer, coconut root cake, and banana chips. Based on observations made by the TAPN team, the problems faced by Muhibah MSMEs are the publication of content that is less structured so that the resulting branding is also lacking and has an impact on consumer interest in products and promotional activities. Therefore, it is necessary to provide assistance to MSMEs for typical Betawi Muhibah snacks, where designers hold training and guidance activities to increase knowledge related to digital promotion 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. As well as knowing the making of plans for digital promotion strategies.*

**Keywords:** *Mentoring and training, Branding strategy, Social media, positioning, Promotion, Instagram.*