



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Nur Andini
44318010053

Pendampingan Dan Perancangan Media Promosi UMKM “Dolor Donutss” Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Di *Instagram*

Bibliografi : 6 Bab 185 halaman + Lampiran + Buku 14 + 6 Jurnal + 3 Lainnya

ABSTRAK

Pada masa pandemi Covid-19 memiliki dampak terhadap UMKM seperti akibat menurunnya ekonomi masyarakat sehingga menurunnya minat pembeli. Salah satu solusi agar tetap dapat menarik masyarakat adalah memanfaatkan media *digital* seperti media sosial *Instagram* yang saat ini menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. Pada program TAPN ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* UMKM Dolor Donutss di *Instagram* karena UMKM ini belum dikenal masyarakat luas dan laporan ini berfokus tentang tugas *Media Planner*, yaitu seperti pemilihan media promosinya, menentukan dan merancang konsep pada media yang digunakan untuk kebutuhan promosi serta menentukan *content planner* dalam *branding* UMKM Dolor Donutss dengan memberikan konten menarik, informatif dan menghibur.

Digital Marketing adalah kegiatan promosi melalui media *digital* atau *online* seperti media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk dengan cepat kepada masyarakat. Dan hasil kegiatan ini terdapat beberapa keberhasilan untuk meningkatkan *awareness* di *instagram* yaitu pada penggunaan *hashtag* dimana konten yang telah diunggah berhasil menjadi muncul di *popular hashtag*, yaitu #donatsehat #donatsehatdanhalal #katalogkalori mendapatkan jangkauan luas dan dengan *hashtag* juga berhasil mendapatkan antusias khalayak untuk mengikuti *Giveaway* yang diadakan Dolor Donutss. Sehingga *Instagram* menjadi media promosi yang tepat untuk UMKM baru seperti Dolor Donutss dalam membantu meningkatkan *brand awareness* produk kepada masyarakat.

Kata Kunci : UMKM, *Media Planner*, *Instagram*, *Brand Awareness*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Study Program Advertising & Marketing Communication
Nur Andini
44318010053

Assistance and planning of “Dolor Donutss” UMKM Promotional Media to Increase Brand Awareness on Instagram

Biography : 6 Chapter 185 Pages + Attachments + 14 Books + 6 Journals +3 More

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, it had an impact on UMKM such as the decline in the community's economy, resulting in decreased buyer interest. One solution to keep attracting the public is to use digital media such as social media Instagram which is currently one of the social media that has many users. The TAPN program aims to increase brand awareness of UMKM Dolor Donutss on Instagram because UMKM are not yet known to the wider community and this report focuses on the tasks of the Media Planner, such as selecting promotional media, determining and designing concepts for media used for promotional needs and determining content planner in branding Dolor Donutss by providing interesting, informative and entertaining content.

Digital Marketing is a promotional activity through digital or online media such as social media that can be used to quickly market products to the public. The results of this activity have several successes in increasing awareness on Instagram , namely in the use of hashtags where content that has been uploaded has successfully become popular hashtag, namely #donatsehat #donatsehatdanhalal #katalogkalori gained wide reach and with the hashtag also succeeded in getting the audience's enthusiasm to take part in *Giveaway* held by Dolor Donutss. So that Instagram becomes the right promotional media for new UMKM such as Dolor Donuts in helping to increase brand awareness to the public.

Keywords: UMKM, Media Planner, Instagram, Brand Awareness