



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Denalda Afifah
44318010008

Perencanaan dan Pendampingan UMKM Angkringan Oppah dalam menentukan Media Placement untuk Brand Awareness

Bibliografi : 6 Bab 155 hal + Lampiran + 30 Buku + 3 Internet

ABSTRAK

Secara umum, hampir semua masyarakat Indonesia tentunya pernah mendengar istilah UMKM atau dikenal sebagai akronim dari Usaha Mikro Kecil Menengah Namun, jika diruntut dari definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM memiliki pengertian yang jauh lebih luas. Bagi pelaku usaha, UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Brand Awareness perlu dibangun oleh setiap pemilik usaha termasuk UMKM. Brand Awareness atau kesadaran merek merupakan langkah pertama untuk memposisikan merek di persepsi konsumen. Ini adalah proses berkelanjutan yang tidak hanya membantu mendapatkan lebih banyak pelanggan tetapi juga membawa kembali pelanggan yang sudah ada untuk membeli lebih banyak.

Skema Tugas Akhir yang dipilih adalah Tugas Akhir Peduli Negeri dengan tipe melakukan Perencanaan dan Pendampingan kepada suatu UMKM pendampingan ini bertujuan untuk agar Pemilik UMKM Angkringan Oppah Lebih aktif dalam pembuatan konten di Media Sosial guna meningkatkan engagement dengan Followers dan tentunya meningkatkan Brand Awareness dan Engagement dengan konsumen atau calon konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Perencanaan strategis perlu disusun untuk menemukan cara terbaik untuk menjawab permasalahan mitra dengan melakukan riset dan observasi, wawancara dan menyusun big idea sebagai penentuan cara terbaik apa yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan mitra, dalam pendampingan ini hal yang akan dilakukan oleh perencanaan strategi adalah membuat strategi promosi, inovasi dan mengaktifkan akun Instagram mitra, yang selanjutnya Ide yang direncanakan akan diimplementasikan oleh Creative Director dan Media Planner dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness*

**Kata Kunci : Brand Awareness, Strategi Branding, Pendampingan
UMKM, Promosi**



*Mercu Buana University Faculty
of Communication
Study Program Advertising & Marketing Communication
Denalda Afifah
44318010008*

Planning and Assistance of Angkringan Oppah SMEs in determining Media Placement for Brand Awareness

Bibliography : 6 Chapters 155 pages + Appendix + 30 Books + 3 Internet

ABSTRACT

In general, almost all Indonesians have certainly heard of the term MSME or known as an acronym for Micro, Small and Medium Enterprises. For business actors, MSMEs are businesses or businesses run by individuals, households, or small business entities. Brand Awareness needs to be built by every business owner, including MSMEs. It is an ongoing process that not only helps to get more customers but also brings back existing customers to buy more.

The final project scheme chosen is the State Care Final Project with the type of doing Planning and Mentoring to an MSME. This assistance aims to make Angkringan Oppah MSME owners more active in creating content on Social Media to increase engagement with Followers and of course increase Brand Awareness and Engagement with consumers or potential customers to increase sales.

Strategic planning needs to be prepared to find the best way to answer partner problems by conducting research and observations, interviews and compiling big ideas as a determination of what best way is needed to answer partner problems, in this assistance what strategic planning will do is create promotion strategies, innovation and activating partner Instagram accounts, which are then planned to be implemented by the Creative Director and Media Planner with the aim of increasing brand awareness

Keywords: Brand Awareness, Branding Strategy, MSME Assistance, Promotion