



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

Galih Widyanto

44317010034

Perancangan & Pendampingan *Media Planning* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*  
“Nasi Kulit Brothers“

Jumlah Halaman : 88 Pages + 5 Lampiran

### ABSTRAK

Berkembangnya zaman dan Dampak Pandemi COVID 19 di Indonesia menyebabkan munculnya berbagai macam inovasi baru dalam memasarkan suatu produk. Karena makin meningkatnya kebutuhan masyarakat yang juga menyebabkan semakin meningkatnya persaingan dagang. *Social Media* memiliki peran penting dalam proses penyebaran Informasi produk UMKM dalam kegiatan pemasaran

Membentuk *Brand Awareness* pada UMKM merupakan suatu hal yang penting. Namun saat ini masih banyaknya UMKM yang belum menyadari pentingnya strategi *Branding* yang tepat karena masih kurangnya edukasi dan pengetahuan mengenai *Brand Awareness* dan Strategi *Branding*

Pembentukan Strategi *branding* melalui *Media Placement* yang tepat dapat mendorong lebih cepatnya proses pembentukan *Brand Awareness*. Dengan menggunakan *Media Online* seperti *Social Media* dan *Media Offline* seperti *Banner* dan Kartu Nama, informasi mengenai Produk UMKM dapat tersebar luas.

Setelah dilakukannya Strategi *Branding* melalui *Media Online* dan *Media Offline*, *Brand Awareness* dari produk UMKM perlahan menunjukkan peningkatannya yang dapat dilihat dari *Insight* Instagram dan adanya peningkatan penjualan. *Media* memiliki peran besar dalam proses penyebaran dan proses penyampaian informasi, dengan strategi yang tepat dapat mencakup dan mencapai audiens yang tepat.

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



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

Galih Widyanto

44317010034

Perancangan & Pendampingan *Media Planning* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*  
“Nasi Kulit Brothers“

Number Of Pages : 88 Pages + 5 Attachments

### ***Abstract***

*The development of the times and the impact of the COVID-19 pandemic in Indonesia led to the emergence of various new innovations in marketing a product. Due to the increasing needs of the community which also causes increased trade competition. Social Media has an important role in the process of disseminating MSME product information in marketing activities*

*Establishing Brand Awareness in SMEs is an important thing. However, currently there are still many MSMEs who do not realize the importance of the right branding strategy because there is still a lack of education and knowledge about Brand Awareness and Branding Strategy.*

*The establishment of a branding strategy through the right Media Placement can accelerate the process of establishing Brand Awareness. By using online media such as social media and offline media such as banners and business cards, information about MSME products can be spread widely.*

*After the Branding Strategy was carried out through Online Media and Offline Media, Brand Awareness of MSME products slowly showed an increase which can be seen from Instagram Insights and an increase in sales. Media has a big role in the process of disseminating and delivering information, with the right strategy it can cover and reach the right audience.*

***Keywords: SMEs, Brand Awareness, Media***