



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi
Muhammad Ramdha Aminudin
44218010024

Peran *Strategi Marketing Digital* Dalam Membangun *Brand Awareness* UMKM
Kika Catering

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berdiri sendiri dan dilakukan secara perorangan atau badan usaha yang ada di sektor ekonomi. Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkembang secara pesat adalah kuliner, karena kuliner berkaitan dengan kebutuhan pokok utama manusia yaitu makanan dan minuman. Di masa pandemi pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus bisa mengikuti digitalisasi dengan seiringnya berkembangnya teknologi di masa sekarang, salah satunya dengan menggunakan sosial media. Penulis dan tim akan melakukan pendampingan dalam penggunaan sosial media Instagram untuk mitra kami yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kika Catering. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kika Catering berada di Jl. Bulakwareng No 58, RT 001/04 Larangan Selatan, Larangan, Tangerang, 15154. Memproduksi olahan makanan rumahan, kue dan snack, dengan kemampuan dan kekuatan yang dimiliki, mereka hanya melakukan penjualan secara *offline*.

Hal ini dikarenakan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kika Catering masih belum teredukasi dalam media sosial. Penulis beserta tim Tugas Akhir Peduli Negeri berdiskusi untuk membuat beberapa perencanaan di setiap *jobdesc* nya masing-masing seperti penulis sebagai Strategi Marketing Digital yang bertugas di media sosial dalam membuat perencanaan ide konten marketing, membuat strategi marketing endorse, membuat strategi marketing *Give Away*, dan memanfaatkan fitur *Instagram Ads* sebagai promosi. Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kika Catering mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk bisnis.

Strategi Marketing Digital mempunyai pekerjaan seperti menentukan ide konten marketing, membuat kerjasama *endorse*, memanfaatkan fitur Instagram Ads sebagai promosi, dan melakukan kolaborasi *Giveaway* dengan akun lain. Hasil dari kegiatan pendampingan dan pelatihan ini, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kika Catering yang sebelumnya tidak memiliki media sosial, saat ini sudah memiliki media sosial *Instagram*, *gmail*, *Google location*, dan *linktree* yang sudah terhubung dengan WhatsApp untuk keperluan order. Akun Instagram telah memposting sebanyak 69 Postingan, dengan jumlah follower sebanyak 769.

Kata kunci : Strategi, Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)