



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

Septiandini Rizky

44318010055

Pendampingan Pengelolaan Instagram UMKM Kunaku Sebagai Media
Meningkatkan *Brandawarness* Periode Maret – Desember 2021.

Jumlah Halaman : xv + 199 Halaman

Bibliografi : 21 Jurnal + 5 Artikel

ABSTRAK

Pandemi Covid19 sudah melanda Indonesia selama 3 tahun dan berdampak khususnya bagi perekonomian, salah satu yang terdampak adalah UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dikarenakan adanya *social distancing* yang diberlakukan oleh pemerintah maka terbatasnya kegiatan tatap muka. Hal ini membuat kegiatan dilakukan secara *online*, beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam melakukan strategi *branding* yang tepat agar menciptakan *brand awarness* untuk UMKM mereka.

Pengunaan Media sosial dalam memberikan informasi melalui konten kreatif merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan *Brand Awareness* tetapi beberapa pelaku UMKM tidak memahami pentingnya mengolah dan mempublikasikan konten informasi serta promosi digital.

Membentuk strategi *branding* melalui penempatan media yang sesuai dengan target audiens dapat membantu meningkatkan *Brand Awareness* dengan cepat. Melalui pemilihan Media secara *online* seperti Media Sosial dan *offline* seperti *Acrylic Sign Board*, *Experiential Marketing* serta *Partnership*.

Setelah dilakukannya strategi *branding* melalui Media *Online* dan Media *Offline*, *Brand Awarness* mengalami peningkatan yang dapat dilihat melalui insight dari media sosial Instagram dan dari peningkatan penjualan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Media Sosial memiliki peranan penting dalam menyebarkan *Brand Awarness*.

Kata Kunci: *UMKM, Brand Awarness, Media.*



Mercu Buana University

Faculty of Communication

Field of Study advertising and Marketing Communication

Septiandini Rizky

44318010055

Assistance in the Management of MSME Kunaku Instagram as a Media to Increase Brand Awareness from March – December 2021

Period.Number of Pages : xv + 199 Pages

Bibliography : 21 Journal + 5 Article

Abstract

The Covid19 pandemic has hit Indonesia for 3 years and has had an impact especially on the economy, one of which affected is MSMEs (micro, small and medium enterprises) due to social distancing imposed by the government. Any activities that involve physical contact are limited. This makes most activities forced upon online, some MSMEs have difficulty prescribing the right branding strategy in order to create brand awareness for their MSMEs.

The use of social media in providing information through creative content is one step to increasing Brand Awareness, but some MSMEs do not understand the importance of processing and publishing information content and digital promotions.

Establishing a branding strategy through appropriate media placement with the target audience can help increase Brand Awareness quickly. Through online media selection such as Social Media and offline such as Acrylic Sign Board, Experiential Marketing and Partnership. After carrying out the branding strategy through Online Media and Offline Media, Brand Awareness has increased, which can be seen through insights from Instagram social media and from increased sales. In this case, it can be said that Social Media have an important role in spreading Brand Awareness.

Keywords: MSMEs, Brand Awareness, Media