



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
R.Deril Alamsyah
44318010018

Pendampingan *Digital Direct Marketing* Dalam Pembuatan Konten Kreatif Pada
UMKM Dayang Hijau Resto Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Jumlah Halaman : xi +115 Halaman
Bibliografi : 35 Acuan, Tahun 2000-2021

ABSTRAK

UMKM Dayang Hijau Resto merupakan salah satu usaha yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media komunikasi pemasarannya. Namun Sumber Daya Manusia (SDM) dari UMKM ini tidak konsisten dalam pembuatan konten kreatif untuk meningkatkan *brand awareness* pada calon konsumen mereka.

Pendampingan mitra ini dilakukan untuk membuat konten kreatif pada media sosial instagram mitra. Pendampingan pada mitra dilakukan secara *offline* dan *online*. Partisipasi peneliti dalam pendampingan ini adalah bertugas sebagai *creative director* yang bertugas untuk membuat konten visual baik dalam bentuk grafis dan video.

Dari hasil pendampingan yang telah dilakukan, terdapat perubahan tampilan pada profil media sosial instagram mitra, baik secara visual yang tertata lebih rapih dan juga keberagaman konten yang telah dibuat.

Media sosial instagram mitra berhasil mendapatkan *engagement* sebesar 20.19%. Mitra pun bertambah edukasinya seputar pemanfaatan konten kreatif untuk mempromosikan UMKM mereka pada media sosial instagram.

Kata Kunci: Kreatif, *brand awareness*, Media Sosial UMKM



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Studi Advertising & Marketing Communication
R.Deril Alamsyah
44318010018

Digital Direct Marketing Assistance in Creating Creative Content for UMKM
Dayang Hijau Resto to Increase Brand Awareness

Number of Pages : xi +115 Pages
Bibliography : 35 Template, Years of 2000- 2021

ABSTRACT

MSMEs Dayang Hijau Resto is one of the businesses that utilize social media instagram as a medium of Marketing Communication. However ,the Human Resources of MSMEs are inconsistent in creating creative content to increase brand awareness of their potential customers.

This partner assistance is carried out to create creative content on the partner's social media instagram. Assistance to partners is carried out offline and online. The researcher's participation in this mentoring is to serve as a creative director whose job is to create visual content in the form of graphics and videos.

From the results of the assistance that has been carried out, there is a change in the appearance of the partner's social media instagram profile, both visually which is more neatly arranged, and also the diversity of content that has been created.

The partner's social media instagram managed to get an engagement of 20.19%. Partners also increase their education about the use of creative content to promote their MSMEs on social media instagram

Keywords: Creative, brand awareness, social media, MSMEs