



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Septian Triansyah
44318010058

Pengelolaan Media Sosial dalam meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan

Jumlah Halaman : -+91

Bibliografi : 4 Jurnal + 7 Buku + 2 Artikel, Tahun 2002–2020'

ABSTRAK

Media sosial telah di implementasikan baik di perusahaan besar maupun perusahaan kecil, termasuk di lingkungan usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah memperkenalkan produk mereka kepada pelanggan secara jauh dengan sedikit biaya. Produk mitra berfokus pada bidang *food & Beverages* seperti kopi, makanan ringan ataupun berat. Adanya pandemi virus Covid-19 membuat UMKM memerlukan media online untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan. Perencanaan pemanfaatan Instagram untuk promosi dan pemasaran UMKM dilaksanakan dengan memaksimalkan media sosial yang sudah ditentukan. Capaian dari kegiatan pendampingan ini adalah meningkatnya *brand awareness* UMKM yang dilihat melalui analisis insight konten yang diunggah ke media sosial.

Kata Kunci: media sosial, promosi, penjualan, umkm, *brand awareness*,



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Septian Triansyah
44318010058

Pengelolaan Media Sosial dalam meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan

Jumlah Halaman : +91

Bibliografi : 4 Jurnal + 7 Buku + 2 Artikel, Tahun 2002–2020

ABSTRACT

Social media has been implemented in both large and small companies, including in the micro, small and medium enterprises (MSMEs) environment, where they introduce their products to customers remotely at little cost. Partner products focus on the food & beverage sector such as coffee, light or heavy meals. The existence of the Covid-19 virus pandemic has made MSMEs need online media to introduce products to customers. Planning to use Instagram for promotion and marketing of MSMEs is carried out by maximizing predetermined social media. The achievement of this mentoring activity is an increase in MSME brand awareness as seen through insight analysis of content uploaded to social media.

Keywords: *social media, promotion, sales, umkm, brand awareness,*