



Universitas Mercu buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Muhammad Rakha Pratama Firman
44318010029

Perancangan Dan Pendampingan Konsep Iklan Kreatif Pada UMKM Kebab Kibobs
Dalam Membangun *Brand Awarness* Periode Maret 2021 – Juni 2022

Jumlah Halaman : xv + 116 halaman
Bibliografi : 1 Artikel + 2 Buku + 10 Jurnal, Tahun 2015 - 2021

ABSTRAK

UMKM memiliki perkembangan yang berpotensi dengan bantuan social media atau platform digital lainnya sehingga para pelaku UMKM bisa melakukan aktifitas promosi dan *branding* secara bebas melalui media sosial menggunakan *creative content* dalam mencakup *brand awareness* audiens.

Dengan berkembangnya dunia digital saat ini banyak cara dari setiap pelaku usaha memanfaatkan digital menjadi sebuah peluang baru dalam memasarkan produk atau brand mereka, salah satunya mitra yang di lakukan pendampingan yaitu menggunakan media sosial Instagram yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* melalui konten kreatif.

Brand Identity yang sudah di miliki oleh mitra sebenarnya sudah dimiliki dan bisa kita gunakan sebagai diferensiasi terhadap kompetitor namun sang mitra tidak menekankan hal tersebut pada publikasi nya melalui media sosial instagram yang menjadikan masyarakat tidak tahu bahwa mitra ini memiliki berbagai macam varian saus dan juga daging yang berbeda

Upaya membangun *brand awareness* pada konsumen yang di lakukan melalui *Creative Content* media sosial UMKM, yang bertujuan untuk meningkatkan citra UMKM agar bisa berada pada benak konsumen dan pembuatan *Content Promotion* secara berkala dilakukan pada beberapa hari besar tertentu untuk menaikkan omzet dari mitra yang nantinya akan menjadi bahan evaluasi mitra kembali.

Kata Kunci: UMKM, *Creative Content*, *Brand Awareness*, *Brand Identity*, Media Sosial.



Communication Faculty
Mercu Buana University

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Muhammad Rakha Pratama Firman
Student ID : 44318010029
Faculty : Faculty of Communication Science
Title : Design and Assitance of Creative Advertising
Concept on MSMEs Kebab Kibobs In Building
Brand Awareness Period March 2021 – June 2022
Biography : 1 Article + 2 Books + 10 Journals, Year 2015 – 2021

ABSTRACT

MSMEs have developments that can be assisted with the help of social media or other digital platforms so that MSME actors can promote and brand freely through social media using *creative content* within the scope of *brand awareness*.

With the development of the digital world today, the way every business actor uses digital is a new opportunity in marketing their products or brands, one of which is assistance, namely using Instagram social media which aims to build *brand awareness* through creative content.

The *Brand Identity* that is already owned by the partner is actually already owned and we can use it as a differentiation against competitors, however, in its publication through social media Instagram, people don't know that this partner has various variants. different

Efforts to build *brand awareness* among consumers are carried out through MSME Social Content Media, which aims to improve the image of MSMEs so that they can be in the minds of consumers and the creation of Promotional Content is periodically carried out on certain holidays to increase turnover from partners which will later be used as partner evaluation material.

Keywords: MSMEs, *Creative Content*, *Brand Awareness*, *Brand Identity*, Social Media.