



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communion
Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani
44318010056

PENYUSUNAN PROGRAM PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN PENDAMPINGAN
PADA UMKM KEBAB KIBOBS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
PERIODE MARET 2021 – JUNI 2022

Jumlah Halaman : X + 112

Bibliografi : Buku 14 + Jurnal 14 + Artikel 1, 2012 – 2021.

ABSTRAK

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan usaha yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat Indonesia. ditengah perkembangan ekonomi saat ini, UMKM sebagai penopang ekonomi nasional dari segi jumlah belum diimbangi dengan peningkatan kualitas yang optimal. Belum banyak UMKM yang menerapkan promosi di media sosial sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas.

Melakukan promosi di media sosial sendiri merupakan langkah awal yang dapat menciptakan *brand awareness*, hal tersebut dapat membantu UMKM dalam menyebar luaskan produk dan mendapatkan *audience* lebih banyak lagi. Melalui pemilihan *online* media yang tepat, dapat membantu menyebarkan *brand awareness* secara optimal.

Instagram merupakan media yang digunakan oleh peneliti selama pendampingan dalam membagikan konten, memperkenalkan produk, memantau *insight* dan melakukan interaksi dengan *audience*. Mempromosikan konten melalui instagram *ads* dengan mempertimbangkan biaya iklan yang dipakai.

Setelah pendampingan dijalankan, mitra memahami bagaimana cara mengelola media sosial, memanfaatkan fitur-fitur di instagram, analisis *insight* dan memahami fungsi instagram *ads* dalam menjangkau khalayak di area *outlet* mitra hingga kemudian berhasil menciptakan *brand awareness*.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, UMKM, *Media Planner*



Communication Faculty
Mercu Buana University

ABSTRACT

Name : Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani
Student ID : 44318010056
Faculty : Faculty of Communication Science
Title : Developing of Social Media Promotion and Assistance Program for UMKM Kebab Kibobs in Building Brand Awareness for The Period of March 2021 – June 2022
Biography : 6 Chapters 112 pages; 1 internet articles; 14 journals; 14 books (2012 – 2021)

ABSTRACT

UMKM or Micro, Small and Medium Enterprises are the most businesses in Indonesia. In the midst of current economic developments, UMKMs as the support for the national economy in terms of numbers, have not been matched by optimal quality improvements. Not many UMKMSs have implemented promotions on social media as a way to improve promotion quality.

Promoting on social media itself is the first step that can create *brand awareness*, it can help UMKMs in disseminating products and getting more *audiences*. By choosing the right *online* media, it can help create *brand awareness* optimally.

Instagram is a medium used during assistance in sharing content, introducing products, monitoring *insights* and interacting with *audiences*. Promote content through Instagram *ads* by considering the advertising costs used.

As a result of the assistance, owners understand how to manage social media, take advantage of features on Instagram, analyze *insights* and understand the function of Instagram *ads* in reaching audiences and succeed in creating *brand awareness*.

Keywords: Brand Awareness, UMKM, Media Planner.