



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu
Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication
Fajar Akbar Pasya
44318010031

Perencanaan dan Pendampingan UMKM Angkringan Oppah dalam Membangun Konten untuk Meningkatkan Brand Awareness

Bibliografi: 6 Bab 120 hal + Lampiran + 29 Buku + 3 Internet

ABSTRAK

Secara umum, hampir semua masyarakat Indonesia tentunya pernah mendengar istilah UMKM atau dikenal sebagai akronim dari Usaha Mikro Kecil Menengah. Namun, jika diruntut dari definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM memiliki pengertian yang jauh lebih luas. Bagi pelaku usaha, UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Brand Awareness perlu dibangun oleh setiap pemilik usaha termasuk UMKM. Brand Awareness atau kesadaran merek merupakan langkah pertama untuk memposisikan merek di persepsi konsumen. Ini adalah proses berkelanjutan yang tidak hanya membantu mendapatkan lebih banyak pelanggan tetapi juga membawa kembali pelanggan yang sudah ada untuk membeli lebih banyak.

Skema Tugas Akhir yang dipilih adalah Tugas Akhir Peduli Negeri dengan tipe melakukan Perencanaan dan Pendampingan kepada suatu UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk agar pemilik UMKM Angkringan Oppah lebih aktif dalam pembuatan konten di Media Sosial guna meningkatkan engagement dengan Followers dan tentunya meningkatkan Brand Awareness dan Engagement dengan konsumen atau calon konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Perencanaan creative perlu disusun untuk menemukan cara terbaik untuk menjawab permasalahan mitra dengan melakukan riset dan observasi, wawancara dan menyusun big idea sebagai penentuan cara terbaik apa yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan mitra. Dalam pendampingan ini hal yang akan dilakukan oleh kreatif director adalah membuat konten kreatif di media sosial untuk melakukan branding dan promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat selain di daerah Jakarta Barat. Creative Director bertanggung jawab untuk melakukan pembuatan content di Instagram secara terjadwal, membuat desain logo, banner, daftar menu serta mengambil gambar produk dari "Angkringan Oppah" untuk dijadikan feeds yang menarik di media sosial, yang selanjutnya ide yang direncanakan akan diimplementasikan oleh Creative Director dan Media Planner.

Kata Kunci : Brand Awareness, Perencanaan Konten Promosi, Pendampingan UMKM



Mercu Buana University
Faculty of Communication

Field of Study Advertising & Marketing Communication

Fajar Akbar Pasya
44318010031

Planning and Assistance for UMKM Angkringan Oppah in Building Content to Increase Brand Awareness

Bibliography: 6 Chapters 120 p. + Appendix + 29 Books + 3 Internet

ABSTRACT

In general, almost all Indonesian people have heard of the term MSME or known as an acronym for Micro, Small and Medium Enterprises. However, if traced from a different definition and point of view, MSME has a much broader meaning. For business actors, MSMEs are businesses or businesses run by individuals, households, or small business entities. Brand awareness needs to be built by every business owner, including MSMEs. Brand awareness or brand awareness is the first step to positioning a brand in consumer perception. This is an ongoing process that not only helps to get more customers but also brings back existing customers to buy more.

The Final Assignment Scheme chosen is the Care for the Country Final Assignment with the type of planning and assisting an MSME assistance. This aims to make Angkringan Oppah MSME owners more active in creating content on Social Media to increase engagement with Followers and of course increase Brand Awareness and Engagement with consumers or potential customers to increase sales.

Creative planning needs to be structured to find the best way to answer partners' problems by conducting research and observations, interviews and compiling big ideas as determining what is the best way needed to answer partners' problems. In this assistance, what the creative director will do is create creative content in social media to carry out branding and promotion so that it is better known by the public other than in the West Jakarta area. The Creative Director is responsible for creating content on Instagram on a scheduled basis, making logo designs, banners, menu lists and taking product pictures from "Angkringan Oppah" to make attractive feeds on social media, which are then planned to be implemented by the Creative Director and Media Planner.

Keywords: Brand Awareness, Promotional Content Planning, MSME Assistance