



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising dan Marketing Communication
Ressy Asmatami Saputri
44316010003

Perancangan Dan Pendampingan Strategis Untuk Re-branding Produk Kerajinan Tangan UMKM Magic Hand.

Jumlah Halaman : 119 Halaman

Bibliografi : 22 Acuan

ABSTRAK

Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk menunjukkan perencanaan strategi re-branding pada usaha mikro kecil dan menengah yang akan membantu para pelaku UMKM dalam menentukan strategi yang tepat sesuai dengan jenis UMKM dan media yang digunakan. Saat ini UMKM menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berjualan, supaya UMKM bisa berjualan di media sosial maka diperlukan pengetahuan mengenai Strategi Pemasaran dan *Re-Branding*.

UMKM yang menjadi pilihan objek untuk memenuhi Tugas Akhir Peduli Negeri ini adalah Magic Hand yang berlokasi di Tangerang. Magic Hand ini berawal dari inisiatif pemiliknya dalam membuat kerajinan tangan. Permasalahan yang dijelaskan oleh pemilik Magic Hand pada saat awal kegiatan wawancara, penulis menyimpulkan bahwa pemilik ingin penjualannya meningkatkan namun tidak mengetahui strategi agar penjualannya meningkat.

Berdasarkan analisa setelah melakukan kegiatan promo dan kegiatan lainnya yang menunjang keberhasilan, penulis mendapati hasil yang positif dilihat dari adanya peningkatan *Instagram Performance* dan terbentuknya awareness pada produk Magic Hand. Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan, UMKM sebaiknya harus memikirkan bagaimana membuat strategi re-branding yang tepat agar bisa sampai ke benak konsumen

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Rebranding, UMKM, Media Sosial*



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising dan Marketing Communication

Ressy Asmatami Saputri

44316010003

Strategic planning and mentoring to Re-branding the handcraft products Magic Hand

Number of pages: 119 page

Bibliography: 22 References

Abstract

End Task caring for the country aims to demonstrate the planning of re-branding strategy on micro and small enterprises that will help the partners in determining the right strategy according to the type of partner and media used. Currently using social media as a means to sell, so that partners can sell on social media, it is necessary knowledge of marketing strategy and Re-Branding.

Partners who are a tastefully of objects to fulfill the end task care of the country is a Magic Hand located in Tangerang. This Magic Hand originated from the initiative of the owner in making handicrafts. The problem described by the owner of Magic Hand at the beginning of the interview activity, the author concluded that the owner wants the sale to increase but does not know the strategy to increase sales.

Based on analysis after conducting activities and other activities that support the success, the author found positive results seen from the improvement of Instagram Performance and the creation of awareness on the product Magic Hand. From the results of activities that have been done can be concluded, Patners should have to figure out how to make the right re-branding strategy to get to the minds of consumers

Keywords: *Marketing Strategy, Rebranding, UMKM, Social Media*