



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Ikhsan Miftahuddin
44318010026

**PERANCANGAN MEDIA PLANING INSTAGRAM @KEDAI
ENAKSEMUA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENES**

Jumlah Halaman : +80
Bibliografi : Jurnal + Buku + 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: Brand Awareness,UMKM, Konten Kreatif, Media Sosial,Kedai Enak Semua.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Ikhsan Miftahuddin
44318010026

**PERANCANGAN MEDIA PLANING INSTAGRAM @KEDAI
ENAKSEMUA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENES**

Jumlah Halaman : +80
Bibliografi : Jurnal + Buku + Artikel, Tahun 2002–2020'

ABSTRACT

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

Keywords: *Creative Content, Social Media, UMKM, Brand Awareness*