

ABSTRAK

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : *Advertising And Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Pada Mitra JB
PELANGI Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : 1. Dudi Hartono, M.Ikom
2. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

JB PELANGI merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. JB PELANGI di produksi oleh CV Khadijah Berlian Kejora yang berlokasi di Jl. AMD RT. 1/1 Gelam Jaya, Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangerang. JB PELANGI merupakan usaha makanan kerupuk pedas dan juga gurih, UMKM JB PELANGI di rintis oleh Ibu Astatik mulai dari tahun 2011 hingga sekarang. Pada saat ini Mitra masih mengalami beberapa permasalahan dalam menentukan strategi *branding* yang tepat agar dapat meningkatkan brand awareness. Untuk dapat bersaing di pasar yang semakin ketat, Mitra harus beradaptasi dan bersaing dalam era digital ini. Promosi yang masih belum maksimal dilakukan oleh Mitra JB PELANGI yaitu promosi digital. Dalam melakukan kegiatan pendampingan dan pengelolaan terhadap Mitra, penulis sebagai *Media Planner* memiliki peran dalam menentukan media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi di era *modern* saat ini agar *branding* dan promosi yang dilakukan telah sesuai dengan target pemilihan media. Selain itu strategi yang akan dijalankan juga bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap target pasar JB PELANGI. Setelah dilakukannya strategi *branding*, *brand awareness* mengalami peningkatan yang dapat dilihat melalui insight dari media sosial. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci : *UMKM, Brand Awareness, Media Sosial, JB PELANGI, Media Planner*

ABSTRACT

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : *Advertising And Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Pada Mitra JB
PELANGI Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : 1. Dudi Hartono, M.Ikom
2. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

JB PELANGI is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises. JB Pelangi is produced by Khadijah Berlian Kejora's CV located at Jl. AMD RT. 1/1 Gelam Jaya, Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangerang. JB PELANGI is an undertaking of spicy and tasty food, UMKM JB PELANGI was pioneered by Astatik from 2011 until now. At the moment, Partners are still experiencing some problems in determining the right branding strategy to enhance brand awareness. In order to be able to compete in an increasingly tight market, the Partner must adapt and compete in this digital era. The promotion that is still not maximized by the Partner JB PELANGI is digital promotion. In carrying out supporting and management activities towards the Partner, the author as a Media Planner has a role in determining what media is used to do promotion in the modern era today so that the branding and promotion carried out has been in accordance with the target media selection. In addition, the strategy to be implemented also aims to increase brand awareness towards the target market JB PELANGI. After doing the branding strategy, brand awareness has experienced an improvement that can be seen through insight from social media. In this case, it can be said that social media has an important role in increasing brand Awareness.

Keywords : MSMEs, Brand Awareness, Media Sosial, JB PELANGI, Media Planner