

ABSTRAK

Nama : Intan Amelia Safitri
NIM : 44520010014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan TAPN : Pendampingan & Perencanaan Konten Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Akun Instagram “Dapur Daeng”
Pembimbing 1 : Rika Yessica Rahma, M.Ikom
Pembimbing 2 : Aditya Rizky Gunanto, M.Ikom

Pada era digital seperti saat ini, promosi dapat dilakukan melalui media sosial. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Namun, sekedar menggunakan media sosial saja tak cukup untuk meningkatkan penjualan produk, maka diperlukan perencanaan media dan strategi yang efektif pada suatu pesan agar dapat menyampaikan tujuan promosi. Salah satunya UMKM Dapur Daeng yang memiliki tujuan dalam meningkatkan *brand awareness*. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan perencanaan yang tepat dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan UMKM Dapur Daeng agar dapat secara optimal mencapai target yang telah ditetapkan.

Kegiatan ini dilakukan dengan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM Dapur Daeng, dimana pendamping berperan sebagai *Social Media Planner* yang bertugas menyusun perencanaan strategi promosi digital, khususnya pada *platform* Instagram Dapur Daeng sebagai solusi permasalahan mitra agar dapat meningkatkan *brand awareness*.

Dalam kegiatan TAPN ini strategi perencanaan yang digunakan yaitu metode PASTA dari Smart Insights, meliputi *Problem Definition, Analytics, Strategy, Tactics, dan Action*. Hasilnya, UMKM Dapur Daeng berhasil meningkatkan *Brand Awareness* melalui jumlah pengikut Instagram, memproduksi konten yang bervariasi dan memanfaatkan fitur-fitur instagram dalam mengoptimalkan media sosial Instagram Dapur Daeng. Selain itu, UMKM Dapur Daeng juga dapat merancang strategi promosi digital dan menggunakan Instagram *Ads* untuk memperluas jangkauan audiens.

Kata Kunci: Pendampingan, Pelatihan, *Brand Awareness*, Promosi Digital, Instagram

ABSTRACT

<i>Name</i>	: Intan Amelia Safitri
<i>NIM</i>	: 44520010014
<i>Study Program</i>	: Ilmu Komunikasi
<i>Title Internship Report</i>	: <i>Mentoring & Social Media Content Planning as a Promotional Media in Increasing Brand Awareness on Instagram Account "Dapur Daeng"</i>
<i>Counsellor 1</i>	: Rika Yessica Rahma, M.Ikom
<i>Counsellor 2</i>	: Aditya Rizky Gunanto, M.Ikom

In today's digital era, promotion can be done through social media. The main thing in promotion is to create effective persuasive messages to attract consumer attention. However, just using social media is not enough to increase product sales, so effective media planning and strategies are needed on a message in order to convey promotional goals. One of them is UMKM Dapur Daeng, which has a goal of increasing brand awareness. Therefore, to achieve these goals, proper planning and strategies are needed that are in accordance with the needs and goals of Dapur Daeng UMKM so that they can optimally achieve the targets that have been set.

This activity is carried out by mentoring and training for Dapur Daeng UMKM, where the mentor acts as a Social Media Planner in charge of planning digital promotion strategies, especially on the Dapur Daeng Instagram platform as a solution to partner problems in order to increase brand awareness.

In this TAPN activity, the planning strategy used is the PASTA method from Smart Insights, including Problem Definition, Analytics, Strategy, Tactics, and Action. As a result, UMKM Dapur Daeng succeeded in increasing Brand Awareness through the number of Instagram followers, producing varied content and utilizing Instagram features in optimizing Dapur Daeng's Instagram social media. In addition, UMKM Dapur Daeng can also design digital promotion strategies and use Instagram Ads to expand audience reach.

Keywords: *Mentoring, Training, Brand Awareness, Digital Promotion, Instagram*