



# RE-BRANDING DAN OPTIMASI SOSIAL MEDIA PADA UMKM "BUBUR BAYI SEHAT BUN" SEBAGAI WUJUD PENINGKATAN BRAND AWARENESS

## PENULIS

Rizka Nia Budiharjo / 3031910035

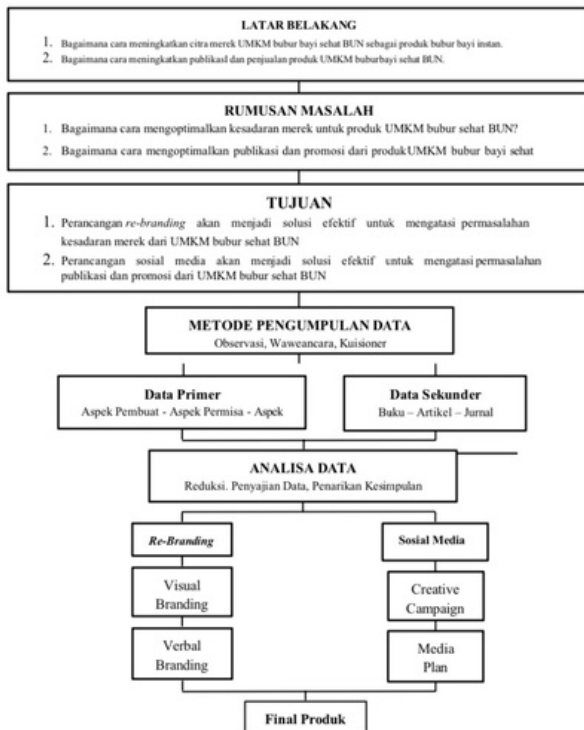
## PEMBIMBING

Roostikasari Nugraheni, S.Hum., M.Med.Kom.

## DESKRIPSI

UMKM Bubur Bayi Sehat BUN adalah sebuah usaha bidang penyedia bubur bayi instan. Telah berdiri sejak 2010 hingga kini, dan memiliki 10 cabang yang tersebar di Gresik. Namun, UMKM ini tidak memperbarui atau meningkatkan kualitas dari logo dan tidak memiliki sosial media sebagai media promosi yang memengaruhi UMKM tersebut hingga masa depan.

## METODE PENELITIAN

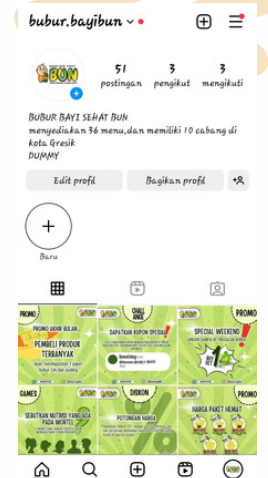


## RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara mengoptimalkan kesadaran merek untuk produk UMKM bubur sehat BUN?
2. Bagaimana cara mengoptimalkan publikasi dan promosi dari produk UMKM bubur bayi sehat BUN?

## ANALISA & HASIL

UMKM Bubur Bayi Sehat BUN yang memiliki target hanya pada ibu-ibu muda yang memiliki bayi. Target tidak akan bertahan cukup lama, sehingga memerlukan daya tarik untuk mendapatkan konsumen baru. Dengan cara memperbaiki kualitas Branding dan sosial media. Sebagai daya tarik dan mengenal brand kepada masyarakat.



## KESIMPULAN

UMKM Bubur Bayi Sehat BUN memerlukan daya tarik setiap tahunnya dikarenakan target yang dimiliki terbatas dan memiliki pesaing yang cukup mempengaruhi brand tersebut. Maka penelitian ini sangat membantu UMKM ini memiliki kualitas lebih baik lagi.

