

Perencanaan program Marketing Public Relations dalam meningkatkan brand awareness pada Usaha Kecil dan Menengah Roemah Waffle = Marketing Public Relations program to increase the Brand Awareness of Roemah Waffle

Gerald Justin Caesar, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20482155&lokasi=lokal>

Abstrak

<p>Analisis Situasi: Usaha Kecil dan Menengah berkembang pesat pada saat ini. Kafe, warung jajan, dan restoran adalah tempat paling umum bagi UKM untuk menyajikan makanan dan minuman kepada pelanggan. Perkembangan UKM ini juga didukung dengan budaya nongkrong yang berkembang pada anak muda khususnya kaum millenials. Melihat adanya peluang tersebut, Roemah Waffle hadir sebagai warung jajan yang menyediakan kudapan santai bagi target khalayaknya. Roemah Waffle menyediakan kudapan homemade yang dapat dinikmati disaat bersantai dan berdiskusi dengan teman dan keluarga. Masyarakat belum banyak mengetahui Roemah Waffle karena belum melakukan banyak kegiatan humas pemasaran secara terencana. Melalui hasil wawancara dengan pemilik Roemah Waffle, dibutuhkan sebuah program pemasaran yang terencana untuk meningkatkan brand awareness khalayak terhadap Roemah Waffle. Tujuan : Program mampu meningkatkan brand awareness target khalayak terhadap Roemah Waffle pada tingkatan brand recall. Khalayak Sasaran : Demografis: Laki-Laki dan perempuan. Anak muda dan keluarga 17 s.d 35 tahun SES B&C1, Psikografis : Memiliki lifestyle suka berdiskusi, suka nongkrong dan menikmati kudapan menarik. Geografis : Wilayah Utama : Cipinang, Sub Wilayah Utama : Area sekitar Cipinang (Jakarta Timur) dan Bekasi.</p><p> </p><hr /><p>Situation Analysis: Small and Medium Enterprises are growing rapidly at this time. Cafes, snack shops, and restaurants are the most common places for SMEs to serves the food and beverages to the customers. The development of SMEs is also supported by the culture of hanging out that develops in young people especially millennials. Seeing this opportunity, Roemah Wafel is a snack shop that provides casual snacks for the target audience. Waffles Roemah provides homemade snacks that can be enjoyed while relaxing and discussing with friends and family. People don't know much about Roemah Waffle, because they haven't done the public relations marketing activities. Therefore, based on a private interview with the owner of Roemah Waffle, Roemah Waffle needs a marketing program to increase the target audience’s brand awareness towards Roemah Waffle. Goal: The goal of the program is able to increase the brand awareness of Roemah Waffle particularly at the level of brand recall levels so that Roemah Waffle will be known by the target audiences. Target Audience: Demographically Male and female. Family and youth ages 17-35 Ses B & C1 Psychographics: Passionate about the discussions, like to hang out, love to taste the unique snacks. Geographically for main region Cipinang, sub-main region East Jakarta and Bekasi.</p>