

MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CV BINTANG MINIATUR SIDOARJO

Yusril Bagas Dewantara
Manajemen *Creative Digital Marketing*

Indarini
Grace Felicia Djayapranata

ABSTRAK

Laporan ini menganalisis rancangan strategi pemasaran digital berbasis *User-Generated Content* (UGC) dalam meningkatkan *brand awareness* pada CV Bintang Miniatur, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi miniatur presisi untuk berbagai sektor industri. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya visibilitas merek akibat ketidakaktifan di media sosial serta belum dimanfaatkannya konten buatan pengguna sebagai alat promosi organik. Praktik kerja lapangan ini bertujuan merancang dan menjalankan strategi konten digital yang dapat mendorong keterlibatan pelanggan dan menciptakan promosi dari mulut ke mulut melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Melalui serangkaian aktivitas, mulai dari pembuatan akun media sosial, penyusunan konten visual, pengembangan produk yang '*instagrammable*', hingga pemantauan konten yang dibuat konsumen, diperoleh data bahwa pendekatan UGC secara signifikan meningkatkan interaksi audiens, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kredibilitas merek. Evaluasi dilakukan melalui analisis performa konten dan respons konsumen, yang menunjukkan bahwa narasi personal dan visual produk yang menarik mampu mendorong partisipasi audiens dalam menciptakan dan menyebarkan konten secara sukarela. Hasil dari kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam membentuk strategi pemasaran digital yang relevan, efisien, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat hubungan emosional antara brand dan konsumennya di era digital saat ini.

Kata kunci : *User-Generated Content* (UGC), *Brand Awareness*, Pemasaran Digital, Media Sosial, Strategi Konten.

INCREASING BRAND AWARENESS THROUGH SOCIAL MEDIA AT CV BINTANG MINIATUR COMPANY SIDOARJO

Yusril Bagas Dewantara
Manajemen *Creative Digital Marketing*

Indarini
Grace Felicia Djayapranata

ABSTRACT

This report discusses the plan of a digital marketing strategy based on User-Generated Content (UGC) to increase brand awareness at CV Bintang Miniatur, a company specializing in high-precision miniature production for various industrial sectors. The main issue identified is the company's low brand visibility due to limited social media presence and the lack of user-generated promotional content. This internship aimed to design and execute a content strategy that encourages customer engagement and organic promotion through platforms like Instagram and TikTok. A series of activities were conducted, including social media account creation, development of visually appealing content, product innovation to attract user interest, and monitoring of organically created user content. Results show that the UGC approach significantly improved audience engagement, market reach, and brand credibility. Evaluation through content performance analytics and customer responses indicates that strong visual presentation and storytelling can effectively drive audience participation and advocacy. Overall, this internship contributes to the development of a relevant, efficient, and sustainable digital marketing strategy while strengthening the emotional connection between the brand and its consumers in today's digital era.

Keywords: User-Generated Content (UGC), Brand Awareness, Digital Marketing, Social Media, Content Strateg