



---

## **STRATEGI BRAND ACTIVATION BANDENG MENTARI UMKM UD. SARANA MULTI NIAGA KABUPATEN GRESIK**

**Ellyda Retpitarsi**

ellyda@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

---

### **Article Info**

#### **Article history:**

Received 14 February 2018

Accepted 16 March 2018

Published 10 April 2018

#### **Keyword:**

*Strategi brand activation,  
brand awareness, UMKM*

---

### **Abstract**

*Dalam penelitian ini, peneliti membahas tentang strategi brand activation bandeng mentari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) UD. Sarana Multi Niaga Kabupaten Gresik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang strategi brand activation yang digunakan UMKM UD. Sarana Multi Niaga Kabupaten Gresik dalam rangka untuk mewujudkan awareness konsumen, dan bentuk brand activation yang digunakan UMKM UD. Sarana Multi Niaga dalam rangka untuk mewujudkan awareness. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.*

*Hasil penelitian ditemukan bahwa, UMKM UD. Sarana Multi Niaga menjalankan strategi melalui segmentation, targeting dan positioning. Kemudian bentuk brand activation menggunakan sponshorship, product trial, dan direct selling. Strategi dan bentuk brand activation itu digunakan untuk mewujudkan kesadaran merek (brand awareness) dari konsumen, hal tersebut diwujudkan dengan brand Bandeng Mentari dikenal sebagai kearifan lokal dari kabupaten Gresik.*

---

*Copyright © 2018 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.*

---

---

#### **Corresponding Author:**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia  
Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: [jurnalilkom@uinsby.ac.id](mailto:jurnalilkom@uinsby.ac.id)