

RINGKASAN

“Strategi Engagement Media Sosial dalam Promosi Produk untuk Mengembangkan Branding Toko AWESAM” Andre Kusniawan, NIM E42222189, Tahun 2025, 60 hlm., Rizky Adhitya Nugroho, S.A.B., M.M (Dosen Pendamping) dan Fafi Fathur Rohman S.Kom. (Pembimbing Lapang).

CV AWESAM merupakan usaha yang bergerak di bidang layanan sablon, custom apparel, dan penjualan produk *merchandise*, dengan fokus utama pada layanan sablon dan desain sesuai kebutuhan pelanggan. Produk yang ditawarkan meliputi kaos custom untuk keperluan pribadi, komunitas, organisasi, acara, hingga kebutuhan promosi.

Tujuan pelaksanaan magang ini untuk memahami secara langsung penerapan strategi *engagement* media sosial sebagai sarana promosi produk dan pengembangan *branding*. Selama kegiatan magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas pengelolaan media sosial, meliputi perencanaan konten, penentuan konsep dan ide konten, produksi visual, editing, publikasi konten, serta evaluasi performa melalui analisis insight media sosial.

Hasil dari kegiatan magang menunjukkan bahwa penerapan strategi *engagement* media sosial dapat membantu meningkatkan interaksi audiens serta memperkuat *branding* Toko AWESAM. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala seperti belum stabilnya *engagement* konten yang dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia, metode kerja, dan keterbatasan variasi konten.