

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202464245, 12 Juli 2024

Pencipta

Nama : **Nigar Pandrianto, Wynnona Jerusha Willys, Evelyn Florence, Bastian Hosea Wiyanto, Gabriella Angelina Theophilus, Marvella Keshia Tanbiring, Natalia**

Alamat : Jl. Olah Raga VI No.8, Palmerah, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11480

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Nigar Pandrianto, Wynnona Jerusha Willys, Evelyn Florence, Bastian Hosea Wiyanto, Gabriella Angelina Theophilus, Marvella Keshia Tanbiring, Natalia**

Alamat : Jl. Olah Raga VI No.8, Palmerah, Jakarta Barat, Dki Jakarta 11480

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Strategi Komunikasi Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 12 Juli 2024, di Jakarta
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000639600

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

STRATEGI KOMUNIKASI PENINGKATAN PENJUALAN UMKM KULINER DI INDONESIA



AKTIF DALAM PROMOSI

Mempromosikan produk UMKM menggunakan platform media sosial seperti WhatsApp, Facebook, TikTok dan Instagram. Serta menggunakan fitur dalam aplikasi tersebut.



KONTEN INFORMATIF

Mengelola emosi konsumen untuk kebutuhan produsen sebagai tujuan utama dari produksi. Dalam hal ini, maka setiap konten yang dihasilkan berisi tentang asal usul sejarah bisnis UMKM, menu masakan, dan juga proses olahan makanan.



STRATEGI PESAN KOMUNIKASI

Pastikan strategi pesan yang digunakan sudah sesuai. Strategi pesan adalah apa yang ingin disampaikan tentang sebuah merek atau produk. Hal ini harus dipertimbangkan dengan matang agar pesan tersebut dapat dipahami oleh target audiens.



CONTENT COLLABORATION

Konten kreator dapat meningkatkan penjualan produk di media sosial. Food influencer berpengaruh bagi pecinta kuliner di Indonesia. Dalam podcast, mereka bisa melakukan soft selling produk UMKM Pecel Lele Pak Mur dan berbagi pengalaman unik serta merekomendasikan tempat makan pecel lele enak di Jakarta.

