



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Shinta Nurhayati
44314110025

PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI IKLAN WARALABA KULINER PASTA KANGEN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Bibliografi : 5 bab 91 hal + Lampiran + 22 buku + 16 internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet ini juga melahirkan media baru seperti media sosial. Bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia dan hanya bisa diakses apabila pengguna terhubung dengan internet salah satunya Instagram. Aktifnya masyarakat Indonesia menggunakan media sosial, sehingga ada banyaknya peluang dalam dunia bisnis untuk menjalankan program promosi melalui media sosial. Tak hanya digunakan untuk berpromosi B2C (*business to consumer*) namun juga bisa untuk B2B (*business to business*).

Pasta Kangen merupakan salah satu waralaba kuliner yang tumbuh begitu pesatnya di seluruh Indonesia. Yang saat ini sudah tersebar di 471 cabang di 62 kota di Indonesia, namun masih banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai Pasta Kangen. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka rancangan strategi komunikasi yang tepat agar tujuan komunikasi tercapai, maka penulis memilih konsep konten video iklan yang akan terdiri dari tiga video iklan dan akan ditampilkan dalam media sosial Instagram Pasta Kangen @pastakangen.id. Sehingga diharapkan dengan adanya promosi tersebut dapat meningkatkan *awareness* serta *engagement* kepada calon *franchisee* Pasta Kangen.

Penulis sebagai *account planner* akan melakukan persiapan dan perencanaan produksi iklan Pasta Kangen, hingga monitoring dan evaluasi hasil dari promosi yang telah dilakukan. Strategi promosi yang digunakan adalah memproduksi tiga video iklan dengan memanfaatkan *boost ads* pada media sosial Instagram. Metode penelitian ini melalui riset, wawancara, dan hasil monitoring dan evaluasi. Dengan konsep *big idea* "Pasta Kangen, Kreatif Pasta" dengan pesan komunikasi bahwa memperbolehkan atau membebaskan *franchisee* mengatur usahanya sesuai keinginan sendiri.

Kata kunci : media sosial, Instagram, *account planner*, Pasta Kangen, waralaba, B2B (*business to business*)