



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Nickolas Josef  
44314110115

Perencanaan Kreatif dan Produksi Video Iklan Waralaba Kuliner Pasta Kangen di Media Sosial Instagram

Bibliografi : 5 bab 74 hal + Lampiran + 16 buku + 5 internet

### ABSTRAK

Pasta Kangen adalah waralaba kuliner kekinian yang memiliki konsep yang unik. Pasta Kangen memberikan kebebasan kepada setiap mitra dalam mengelola bisnisnya. Mitra dapat mencari sendiri bahan baku yang diperlukan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Selain itu mitra juga dapat merubah atau menambahkan menu sesuai dengan tren yang berlaku. Mitra juga diberikan kebebasan berkreasi dalam menentukan konsep dari masing-masing tempatnya.

Penggunaan media sosial selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Media sosial kemudian menjadi media yang banyak digunakan untuk melakukan promosi dan beriklan, baik di pasar B2C (*Business to Consumer*), maupun B2B (*Business to Business*). Di Indonesia, salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Instagram memiliki berbagai fitur yang menarik untuk menampilkan konten berupa foto dan juga video.

Penulis melihat penggunaan media sosial dalam beriklan sebagai suatu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh waralaba kuliner Pasta Kangen. Penggunaan media sosial dalam beriklan dapat berpeluang untuk meningkatkan awareness, dan lebih menjangkau calon mitra atau calon pembeli waralaba potensial.

Iklan dengan format video dapat lebih mudah untuk dipahami dan diingat oleh *target audience* karena bersifat audio-visual. Dalam skripsi aplikatif ini, penulis melakukan perencanaan kreatif dan produksi video iklan waralaba kuliner Pasta Kangen, yang kemudian ditampilkan di media sosial Instagram yang bertujuan untuk meningkatkan awareness dan engagement dari *target audience* kepada waralaba kuliner Pasta Kangen.

Kata Kunci: video iklan, waralaba kuliner, Pasta Kangen, media sosial, Instagram



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Nickolas Josef  
44314110115

Perencanaan Kreatif dan Produksi Video Iklan Waralaba Kuliner Pasta Kangen di Media Sosial Instagram

Bibliography : 74 pages; 5 internet articles; 16 books

### ABSTRACT

Pasta Kangen is a contemporary culinary franchise that has a unique concept. Pasta Kangen gives freedom to each partner in managing their business. Partners can look for the required raw materials themselves according to the standards set. In addition partners can also change or add menus according to the prevailing trends. Partners are also given the freedom to be creative in determining the concepts of each place.

The use of social media always increases every year. Social media then became a medium that is widely used for promotion and advertising, both in the B2C (Business to Consumer) and B2B (Business to Business) markets. In Indonesia, one of the most widely used social media is Instagram. Instagram has a variety of interesting features to display content in the form of photos and videos.

Author sees the use of social media in advertising as an opportunity that can be utilized by the culinary franchise Pasta Kangen. The use of social media in advertising can have the opportunity to increase awareness, and reach more potential partners or potential franchise buyers.

Video-format advertisements can be easier to understand and remember by the target audience because they are audio-visual. In this applicative thesis, author made the creative planning and video production of the culinary franchise Pasta Kangen, which was then displayed on Instagram social media which aims to increase awareness and engagement of the target audience to the culinary franchise of Pasta Kangen.

Key Words: video ads, culinary franchise, Pasta Kangen, social media, Instagram