

LAPORAN PROJECT IKLAN
PEMBUATAN IKLAN CINEMATIC INTERVIEW SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UMKM KAWANASI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Nur Khafifah (2010414320010)

Putri Septia Handayani (2010414320003)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN IKLAN CINEMATIC INTERVIEW SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM KAWANASI

- A. Nama Mahasiswa : Nur Khafifah
NIM : 2010414320010
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,33 dalam ujian mempertahankan tugas akhir tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 11 September 2024.
- C. Tim Penguji:
- Ketua
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041001
 - Sekretaris
Noviana Sari, S.IP.M.A
NIP. 198511072015042001
 - Anggota
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A
NIP. 19900108201707104001


()
()
()

Banjarmasin, 13 September 2024

Ketua Tim Penguji,

Mengesah,
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 497501221998021001


Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Pada hari ini Rabu Sebelas September Dua Ribu Dua Puluh Empat, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 4179/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 8 September 2024 untuk menguji Tugas Akhir :

Nama : Nur Khafifah
NIM : 2010414320010
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pembuatan Iklan Cinematic Interview sebagai Media Promosi UMKM Kawanasi

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 11.00 s/d selesai
Nilai : 80,53 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 11 September 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Nur Khafifah

1. Ketua : Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si

()

2. Sekretaris : Noviana Sari, S.IP., M.A

()

3. Anggota : Achmad Bayu C., S.Kom., M.A

()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,



Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarmasin, 30 September 2024



Nur Khafifah

NIM. 2010414320010

ABSTRAK

Nur Khafifah, 2010414320010, 2024, Pembuatan Iklan Cinematic Interview Sebagai Media Promosi UMKM Kawanasi. Di bimbing oleh, Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si dan Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.

Laporan ini menjelaskan tentang pembuatan Iklan Cinematic Interview yang mana merupakan salah satu metode promosi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness, khususnya pada sektor UMKM. Dalam konteks ini, proyek ini bertujuan untuk menciptakan konten promosi berbasis video yang menarik dan informatif, dengan fokus pada produk siap saji dari Kawanasi. Penelitian ini memadukan pendekatan komunikasi pemasaran dengan teknik pembuatan iklan cinematic interview, yang dirancang untuk meningkatkan pengenalan dan daya tarik produk Kawanasi di pasar lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan analisis efektivitas strategi pemasaran melalui media iklan digital. Diharapkan hasil proyek ini dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan Kawanasi sebagai UMKM, serta menjadi acuan bagi strategi promosi berbasis video lainnya.

Kata Kunci: Iklan Cinematic, UMKM, Media , Promosi, Kawanasi

ABSTRACT

Nur Khafifah, 2010414320010, 2024, *The Creation of a Cinematic Interview Advertisement as a Promotional Medium for Kawanasi SMEs*. Supervised by Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si and Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.

This report explains the creation of a Cinematic Interview Advertisement, which is an effective promotional method to increase brand awareness, particularly in the SME sector. In this context, the project aims to create an engaging and informative video-based promotional content, focusing on ready-to-eat products from Kawanasi. This research combines a marketing communication approach with cinematic interview advertisement techniques, designed to enhance the recognition and appeal of Kawanasi products in the local market. The method used in this research involves analyzing the effectiveness of marketing strategies through digital advertising media. It is expected that the result of this project will have a positive impact on Kawanasi's growth as an SME, and serve as a reference for other video-based promotional strategies.

Keywords: Cinematic Advertisement, SMEs, Media, Promotion, Kawanasi

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera, Puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang mana limpahan Kasih dan KaruniaNya antara lain berupa kekuatan lahir dan batin sehingga penulis merampungkan laporan tugas akhir hingga selesai.

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini dilakukan dengan beberapa tahapan sehingga penulis tidak luput dari berbagai pihak baik berupa dorongan, bimbingan, dan saran-saran sehingga hambatan dan kesulitan tersebut dapat teratasi dan penulis mampu menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Dr. Siswanto Rawali, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
5. Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen pembimbing Tugas Akhir

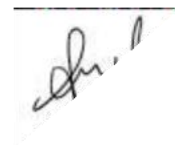
6. Orang Tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan secara materil maupun moril yang tidak terhingga, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir dengan lancar.
7. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil yang dicapai masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan yang terdapat serta kekurangan di dalamnya, karena keterbatasan dan ketidak sempurnaan kemampuan penulis. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Akhirnya dengan selesainya proposal tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi semua pihak serta bisa membuka wawasan kita dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Banjarmasin, 30 Agustus 2024



Putri Septia Handayani



Nur Khafifah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Maksud dan Tujuan	5
1.3 Tinjauan Konseptual dan Teoritis	5
1.3.1 Periklanan	5
1.3.2 UMKM	8
1.3.3 <i>Cinematic Interview</i>	10
1.3.4 Media Sosial.....	11
BAB II PERENCANAAN DAN KREATIF IKLAN	13
2.1 Perencanaan Strategi Kreatif	13
2.1.1 Analisis Situasi	14
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	16
2.1.3 <i>Advertising Problem</i>	17
2.1.4 <i>Advertising Objektif</i>	17
2.1.5 Target Market/Target Audience.....	18
2.1.6 Positioning	20
2.1.7 <i>Brand Character</i>	24
2.1.8 <i>Big Idea</i>	25
2.1.9 <i>Tone and Manner Communication</i>	25
2.1.10 <i>Mandatory</i>	28
2.2 Strategi Media.....	31
2.2.1 Tujuan Media.....	31
2.2.2 Strategi dan Taktik Media	31
2.2.3 Tabel Master Media Plan.....	33
2.3 Eksekusi Iklan	33
2.3.1 Proses Produksi	33
2.3.2 <i>Advertising Massage</i>	45
2.3.3 Justifikasi Strategi Iklan	46
2.3.4 Gambar Eksekusi.....	48
2.3.5 <i>Shedule dan Budget</i>	50
2.3.6 Hasil Pengetahuan Awal dan Akhir Responden.....	52
2.3.7 Evaluasi Video Iklan	53
BAB III GAMBARAN UMUM MITRA	58
BAB IV KESIMPULAN	60

4.1 Kesimpulan.....	60
4.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Master Media Plan</i>	33
Tabel 2.2 Susunan <i>Crew</i>	35
Tabel 2.3 Rancangan Anggaran Biaya.....	35
Tabel 2.4 <i>Script Writing</i>	36
Tabel 2.5 Implementasi Iklan.....	39
Tabel 2.6 <i>Rundown</i>	43
Tabel 2.7 <i>Budget</i> Pengeluaran.....	50
Tabel 2.8 <i>Schedule</i>	51
Tabel 2.9 Uji Deskriptif	52
Tabel 2.10 Uji Beda	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Kawanasi.....	4
Gambar 2.1 Perencanaan Strategi Kreatif.....	13
Gambar 2.2 Ulasan Konsumen Terhadap Produk.....	15
Gambar 2.3 <i>Insight</i> Penjualan.....	19
Gambar 2.4 Wawancara dengan CEO Kawanasi.....	34
Gambar 2.5 <i>Story Board</i>	35
Gambar 2.6 <i>Scene</i>	40
Gambar 2.7 <i>Scene</i>	40
Gambar 2.8 <i>Scene</i>	41
Gambar 2.9 <i>Scene</i>	41
Gambar 2.10 <i>Scene</i>	42
Gambar 2.11 <i>Scene</i>	42
Gambar 2.12 Hasil Statistik Evaluasi Iklan	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Penawaran Project Iklan.....	65
Lampiran 2: Surat Balasan.....	66
Lampiran 3: Hasil <i>Test</i>	67
Lampiran 4 : Kuesioner Evaluasi Iklan.....	69
Lampiran 5 : Kuesioner Pre dan Post Test.....	70
Lampiran 6: Hasil Statistik Evaluasi Video Iklan.....	70
Lampiran 7: Hasil Uji T Peningkatan Pengetahuan Responden	74
Lampiran 8: Poster Iklan.....	77