



**Strategi Promosi Produk Hoka Hoka Bento**

**Melalui *Facebook* dan *Twitter***

**2012 - 2013**

**(Studi kasus pada Hoka Hoka Bento kantor pusat, Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata

*(S-1) Advertising and Marketing Communication*

**Disusun oleh :**

**MAYA NOVRIANI**

**44310110103**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATION**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

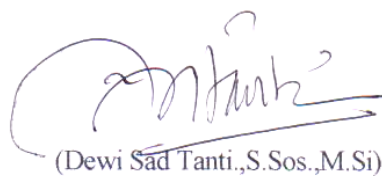
i

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Maya Novriani  
Nim : 44310110103  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI PROMOSI PRODUK HOKA HOKA BENTO MELALUI  
FACEBOOK DAN TWITTER TAHUN 2012-2013

Jakarta, 16 Januari 2013

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing



(Dewi Sad Tanti.,S.Sos.,M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Maya Novriani  
Nim : 44310110103  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI PROMOSI PRODUK HOKA HOKA BENTO MELALUI  
FACEBOOK DAN TWITTER TAHUN 2012-2013

Jakarta, 16 Januari 2013

Ketua Bidang Sidang  
(Ira Purwitasari.,M.Si)

Penguji Ahli  
(Dra. Tri Dhiah Cahyowat.,M.Si.)

Pembimbing  
(Dewi Sad Tanti.,S.Sos.,M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Maya Novriani  
Nim : 44310110103  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI PROMOSI PRODUK HOKA HOKA BENTO MELALUI  
FACEBOOK DAN TWITTER TAHUN 2012-2013

Jakarta, 16 Januari 2013

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing

(Dewi Sad Tanti., S.Sos., M.Si)

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina., M.Si)

Ketua Bidang Studi  
Advertising and Marketing Communication

(Dra. Yoyoh Herayah., M.Si)

## KATA PENGANTAR

Ketika niat sudah terlaksana dan berbuah manis hasilnya kata *Alhamdulillah Hirabbilalamin* adalah kata yang paling pantas untuk mewakili semuanya. Karena kata suci itulah yang bisa menyampaikan rasa terima kasih penulis kepada Allah SWT untuk segala nikmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai waktunya.

Penulis mengadakan penelitian ini di PT Eka Boga Inti atau yang lebih dikenal dengan nama Hoka Hoka Bento. Tema yang diangkat dalam penulisan ini adalah “*Strategi Promosi Produk di Hoka Hoka Bento Melalui Facebook dan Twitter 2012-2013*”. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjanah serta diharapkan dapat berguna bagi banyak orang yang membacanya.

“ Sekalipun disurga kita butuh teman “, kalimat yang dikutip dari karya Kahlil G tersebut membuat penulis sadar betul bahwa dibalik setiap prestasi yang penulis dapat ada support yang besar dari orang – orang disekitar penulis dan untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk semua yang sudah membantu penulis menyelesaikan laporan ini :

1. Ibu Dewi Sad Tanti.,S.Sos.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan memberikan saran-saran, perbaikan, hingga dukungan moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Alm. Ayahanda tercinta yang selalu menjadi motivator penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, serta Ibunda yang tidak henti-hentinya memberikan doa kepada penulis.
3. Untuk Yovan Aidil Pohan yang selama ini sudah banyak meluangkan waktunya, memberikan dukungan penuh baik dukungan moril maupun materil serta menjadi mentor dalam perjalanan hidup saya.
4. Tim Marketing Hoka Hoka Bento,yaitu ibu Pritta dan ibu Ria yang sudah banyak meluangkan waktunya

Tidak lupa juga pada kesempatan ini, penulis menyampaikan kata maaf, atas kekurangan atau kesalahan dalam Penulisan ini.

Jakarta, Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRAC</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1. Marketing Communication .....	6
2.2. Promosi .....	9
2.3. Bauran Promosi .....	10
2.4. Social Media .....	13
3.4.1 Twitter .....	15
3.4.2 Facebook .....	16
<b>III METODE PENELITIAN</b> .....	17
3.1. Tipe Penelitian .....	17
3.2. Metode Penelitian .....	17
3.3. Subjek Penelitian .....	19
3.4. Pengumpulan Data .....	21
3.4.1 Data Primer .....	21
3.4.2 Data Sekunder .....	22

3.5. Defenisi Konseptual dan Fokus Penelitian .....	23
3.5.1. Defenisi Konseptual .....	23
3.5.1.1. Strategi Promosi .....	23
3.5.1.2. Sosial Media .....	24
3.5.1.3. Produk .....	25
3.5.2. Fokus Penelitian .....	26
3.6. Pengukuran Keabsahan Data .....	27
<b>IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian .....	30
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	30
4.1.2. Visi Misi dan Value Perusahaan .....	33
4.1.2.1. Visi Perusahaan .....	33
4.1.2.2. Misi Perusahaan .....	33
4.1.2.3. Value Perusahaan .....	34
4.1.3. Produk .....	35
4.1.4. Departement Advertising And Promotion .....	40
4.2. Hasil Penelitian .....	42
4.2.1. Perencanaan Hasil Penelitian Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	42
4.2.2. Pelaksanaan Hasil Penelitian Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	47
4.2.3. Evaluasi Hasil Penelitian Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	56
4.2.4. Strategi Promosi Hasil Penelitian Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	57
4.3. Pembahasan .....	58
4.3.1. Pembahasan Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi... ..	58
4.3.1.1. Pembahasah Perencanaan Strategi Promosi Pada	

Twitter dan Facebook .....	58
4.3.1.2. Pembahasan Pelaksanaan Strategi Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	61
4.3.1.3. Pembahasan Evaluasi Strategi Promosi Pada Twitter dan Facebook .....	62
<b>IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan .....	67
5.2. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Peringkat 10 Negara Pengguna Facebook Terbesar Di Dunia tahun .....	3
2. Struktur Divisi Marketing Communication .....	41
3. Perencanaan Hasil Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook.....	42
4. Struktur Manajemen Sosial Media.....	44
5. Perencanaan Pembahasan Proses Promosi Pada Twitter dan Facebook....	60
6. Pembahasan Pelaksanaan Yang Terjadi Dalam Twitter dan Facebook.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Logo Hoka Hoka Bento .....	30
2. Maskot Hanako dan Taro.....	32
3. Value Hoka Hoka Bento .....	34
4. Macam-Macam Menu Basah .....	36
5. Macam-Macam Menu Kering.....	37
6. Macam-Macam Dessert .....	38
7. Macam-Macam Menu Snacks.....	38
8. Macam-Macam Paket Kidzu.....	39
9. Ebi Tempura.....	40
10. Profil @HokBen .....	47
11. Biodata @HokBen .....	47
12. Follower @HokBen .....	48
13. New Tweet @HokBen .....	48
14. Promo Produk Terbaru.....	49
15. Kalender 2013 Hoka Hoka Bento .....	50
16. Mention Customer Complaint.....	51
17. Penanganan Complaint .....	51
18. Mention Customer Complaint @SS675 .....	52
19. Mention Customer Complaint @thataniiy .....	53
20. Penanganan Complaint .....	53
21. Profil Facebook Hoka Hoka Bento .....	54
22. Iklan “Udang Tempura” .....	54
23. Promo Paket Doble Delicious .....	55
24. Promo Es Krim .....	55
25. Status Hoka Hoka Bento .....	56
26. Profil Hoka Hoka Bento.....	64
27. New Tweet .....	64