



**AKTIVITAS DIGITAL KOMUNIKASI RESTORAN CEPAT
SAJI ROTI BAKAR 88 GOR DAMYATI KOTA TANGERANG
DALAM MENARIK KONSUMEN**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata

1 (S1) Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Di Susun Oleh :
Vivin Findiarti
44219010054

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vivin Findiarti
NIM : 44219010054
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti BAKAR 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen

Menyatakan bahwa laporan Skripsi ini benar adanya hasil karya yang saya tulis sendiri dan bukan plagiat karya orang lain, serta seluruh sumber yang saya cantumkan baik yang dikutip maupun dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila nantinya di dalam laporan Skripsi saya terindikasi plagiat, maka saya siap menerima sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 7 Agustus 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vivin Findiarti
NIM : 44219010054
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti BAKAR 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Kounikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Sandy Permata, S.Sos,

M.I.Kom
NIDN : 0323128306

Ketua Penguji : Dr. Irmulansati T, M.Si

NIDN : 0330077301

Penguji Ahli : Dr. Rosmawaty, Hilderiah

Pandjaitan, S.Sos., M.T
NIDN : 0303027301

(.....)

(.....)

(.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2023

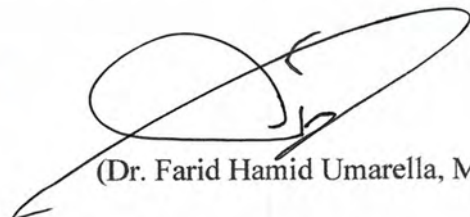
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)



(Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Shubhanallah wa taala atas limpahan rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul ***“Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen”***. Ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Tentu banyak kendala yang peneliti hadapi dalam pembuatan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada:

1. Dosen pembimbing Sandy Permata, M.Ikom yang telah senantiasa atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini diselesaikan dengan baik.
2. Ketua penguji ibu Dr. Irmulansati T, M.Si yang telah memberikan masukan dan juga arahan pada saat saya sidang sehingga dalam penyusunan skripsi saya aini.
3. Penguji Ahli Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T yang sudah juga memberi saya pencerahan pada pembuatan skripsi ini dan beliau juga sudah membantu saya untuk membuat skripsi sehingga saya bisa mengikuti sidang skripsi dengan beliau.

4. Bapak Alvin Nugroho, Azzahra, Dwi selaku obyek penelitian saya, sehingga pihak yang sudah dukung dan doanya segala dukungan hingga terselasaikan pembuatan proposal skripsi.
5. Prof. Dr. Ir Andi Andriansyah. M. Eg selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Dr. Elly Yuliawati, M.Si si selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
8. Kedua Orang tua yang saya sayangi, Ayahanda Pringgo Agus Saul dan Ibunda Siti Narwiyah yang selalu membrikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap Langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup, penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
9. Kepada teman – teman diperkuliahan ataupun diluar perkuliahan yaitu Dynna Nur Safitri, Etika Rahma Pangesti, Irsha Hartono Maramis, satu grup saya yang Bernama bismillah masuk syurga, Grup AKMJ, Grup Ada Lawan yang senantiasa berjuang Bersama – sama dan juga saling menyamangati dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank for me for beliving in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Demi kesempurnaan penelitian ini, penulis mengharapakan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat

bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan. Terakhir penulis ini mengucapkan pada urutan terima kasih di kata pengantar ini bukanlah penentu tingkat support kalian. Semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal atas semua kebaikan kalian kepada saya. Penulis pun mengharapkan kritik dan saran yang mengarah pada perbaikan skripsi ini agar berguna bagi pembaca. Atas perhatian pembaca, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 15 Maret 2022



Penulis
Vivin Findiart



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivin Findiarti
NIM : 44219010054
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti BAKAR 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Agustus 2023
Yang menyatakan,



(Vivin Findiarti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.3 Komunikasi Digital.....	18
2.3.1 Konsep Komunikasi Digital	19
2.4 Public Relations	19
2.4.1 Peran <i>Public Relations</i>	20
2.4.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	22
2.5 CMC (<i>Computer Mediated Communications</i>).....	24

2.6 <i>New Media</i>	24
2.6.1 Klasifikasi <i>New Media</i>	26
2.6.2 Penggunaan <i>New Media</i>	27
2.7 Media Sosial	29
2.7.1 Instagram	29
2.7.2 TikTok	31
2.7.3 Facebook.....	34
2.8 Ketertarikan Konsumen.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Perusahaan.....	41
4.1.1 Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang	41
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.1.3 Deskripsi Profil Informan	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen	45
4.2.2 Konten Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen	50
4.2.3 Computer Mediated Communication Pada Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen	53
4.3 Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Akademis	70
5.2.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Bisnis di Kota Tangerang.....	1
Gambar 1. 2 Bukti Bahwa Roti Bakar 88 GOR Damyati Terdaftar Sebagai Restoran Cepat Saji.....	3
Gambar 1. 3 Tempat Roti Bakar 88 Gor Damyati	6
Gambar 1. 4 Data sumber dari pergikuliner.com pada tahun 2022.....	7
Gambar 1. 5 Data sumber situs google pada tahun 2022.....	7
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Roti Bakar 88 GOR.....	45
Gambar 4. 2 Profil key informan.....	46
Gambar 4. 3 Salah satu konsumen Kedai Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang .	47
Gambar 4. 4 Salah satu konsumen Kedai Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang .	47
Gambar 4. 5 Iklan di media sosial Instagram	50
Gambar 4. 6 Iklan berupa video reels dari media sosial Instagram pada restoran cepat saji roti bakar 88 gor damyati kota Tangerang dalam menarik konsumennya.....	50
Gambar 4. 7 Free voucher untuk menarik perhatian konsumen.....	51
Gambar 4. 8 menggunakan media facebook iklan Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Di Gor Damyati Kota Tangerang untuk Menarik Konsumen	51
Gambar 4. 9 Menggunakan media tiktok Restoran Cepat Saji Roti bakar 88 untuk menarik konsumen Di Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang	52
Gambar 4. 10 Mengadakan promosi produk melalui Market Placec GoFood untuk menarik konsumen	52
Gambar 4. 11 Mengadakan promosi produk melalui Market Place GrabFood untuk menarik konsumen	53
Gambar 4. 12 konten give away yang di selenggarakan oleh roti bakar 88 gor damyati kota Tangerang pada tahun 2023.....	54
Gambar 4. 13 Konten melauai media sosial Instagram, tiktok dan juga facebook untuk menarik konsumen dengan konten yang berisi tentang kenyamanan dari tempat restoran cepat saji roti bakar 88 gor damyati kota tangerang untuk menarik konsumennya.....	55
Gambar 4. 14 Iklan di media sosial Instagram	62
Gambar 4. 15 Iklan berupa video reels dari media sosial Instagram pada restoran cepat saji roti bakar 88 gor damyati kota Tangerang dalam menarik konsumennya.	62
Gambar 4. 16 Free voucher untuk menarik perhatian konsumen melauai insta srtorry media sosial instagram.....	63

Gambar 4. 17 Menggunakan media facebook iklan Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Di Gor Damyati Kota Tangerang untuk Menarik Konsumen.....	63
Gambar 4. 18 Menggunakan media tiktok Restoran Cepat Saji Roti bakar 88 untuk menarik konsumen Di Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang	64
Gambar 4. 19 Mengadakan promosi produk melalui Market Placec GoFood untuk menarik konsumen	64
Gambar 4. 20 Mengadakan promosi produk melalui Market Place GrabFood untuk menarik konsumen	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Macam – Macam Restoran Cepat Saji.....	2
Tabel 1. 2 Cabang Roti Bakar 88	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Aktivitas Digital Komunikasi Restoran Cepat Saji Roti Bakar 88 Gor Damyati Kota Tangerang Dalam Menarik Konsumen.....	71

