



**Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station
By Hangry Senopati (Periode November 2021 – Oktober 2022)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
Bagus Putra Purnama
44318010052

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Putra Purnama
NIM : 44318010052
Program Studi : Digital Advertising
& Marketing Communication

Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station by Hangry Senopati (Periode November 2021 – Oktober 2022)

Menyatakan bahwa Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Juli 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Bagus Putra Purnama

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Bagus Putra Purnama
NIM : 44318010052
Program Studi : Digital Advertising & Marketing Communication
Judul Skripsi : Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station by Hangry Senopati (Periode November 2021 – Oktober 2022)

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 Digital Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Riki Arswendi M. Ikom	()
NIDN	: 0316088503	
Ketua Penguji	: Anindita S. Pd, M. Ikom	()
NIDN	: 0306018903	
Penguji Ahli	: Wiyanto Hidayatullah, M. Ikom	()
NIDN	: 0330019002	

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah Subhanallahu Wa Ta'Ala karena atas Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian ini dengan baik dan tepat waktu yang berjudul : Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station By Hangry Senopati (Periode November 2021 – Oktober 2022). Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik berupa tenaga, pikiran maupun doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S.sos., M.Ikom, selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan waktu, ilmu dan tenaganya dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof, Ahmad Muyana, Dr. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Farid Hamid Umarella, Dr. M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen bidang studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti.
6. Bapak Saki dan Ibu Sriwijati selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Muhammad Iqbal Kurniawan selaku Restaurant Manager Moon Chicken Station Senopati yang telah bersedia menjadi subjek penelitian untuk skripsi ini.
8. Anastasia Arjauziah Siregar, dan Ailsa Putri Hayana sebagai pelanggan dari Moon Chicken Station yang telah bersedia untuk membantu penelitian ini sebagai informan.

9. Diki Aprilianto, Wahyu Abimanyu, Jihad Sabarudin, Ikhsan Miftahudin, Anastasyia Arjauziah Siregar, Ailsa Putri Hayana dan Andika Mole selaku teman dari peneliti, terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama masa perkuliahan di Universitas Mercu Buana.

10. Lusi Dwi Shakira dan Lisa Dwi Shakira selaku adik-adik dari peneliti, yang sudah banyak membantu peneliti dalam penyusunan tugas akhir ini.

11. Serta semua pihak lainnya yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu oleh peneliti namun tidak sedikitpun mengurangi rasa hormat dan terima kasih.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.



Jakarta, 7 Juli 2023

Bagus Putra Purnama

Penulis

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

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

Nama : Bagus Putra Purnama
NIM : 44318010052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station By Hangry Senopati (Periode November 2021 – Oktober 2022)

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, 21 Juli 2000

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Bagus Putra Purnama



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Bagus Putra Purnama
44318010052

Analisis Aktivitas Pemasaran Online pada Restoran Moon Chicken Station By Hangry Senopati
(Periode November 2021 – Oktober 2022)

Jumlah Halaman : 115 halaman

Bibliografi : 42 Acuan, Tahun 2013 - 2019

ABSTRAK

Perkembangan di dalam dunia usaha makanan cepat saji belakangan ini semakin bervariasi, di Indonesia sangat banyak usaha makanan cepat saji atau biasa disebut fast food. Mulai dari umkm sampai dengan usaha yang sudah skala besar, tapi tidak banyak usaha yang berani memulai membangun bisnisnya disaat Pandemi Covid-19. Seperti yang dilakukan oleh Moon Chicken Station by Hangry Senopati yang baru didirikan pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja aktivitas pemasaran online yang dilakukan oleh Moon Chicken Station ini di periode November 2021 sampai Oktober 2022.

Penelitian ini mengambil 3 (tiga) orang sebagai narasumber yang memberikan informasi terkait Moon Chicken Station untuk peneliti. Narasumber tersebut terdiri dari 1 (satu) orang narasumber utama yaitu Manager dari Moon Chicken Station itu sendiri, dan 2 (dua) orang lagi merupakan konsumen dari Moon Chicken Station. Teknik wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara dilakukan secara offline dengan narasumber utama, dan online dengan narasumber pendukung yaitu konsumen.

Penelitian ini bersifat kualitatif dan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post positivisme. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif yang memiliki tujuan untuk menggambarkan suatu kondisi, atau situasi yang timbul di masyarakat. Kemudian menarik kesimpulan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi tertentu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan triangulasi sumber atau gabungan. Analisa terhadap aktivitas komunikasi pemasaran online yang dilakukan oleh Moon Chicken Station by Hangry Senopati yaitu selalu memposting Instagram Feeds setiap hari minimal 1 postingan untuk memberikan info menarik seperti diskon dan promo, dan untuk Instagram Story juga di posting setiap hari untuk memberikan informasi seperti jam buka-tutup restoran, event yang sedang dilakukan Moon Chicken Station jika ada, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran online yang dilakukan oleh Moon Chicken Station by Hangry Senopati sudah diterapkan dan dijalankan dengan baik sesuai dengan konsep-konsep strategi pemasaran yang mereka susun untuk menjadi acuan dengan memanfaatkan media sosial Instagram yang saat ini lebih efektif dibandingkan dengan media sosial lain dalam menjalankan aktivitas pemasaran online. Diperoleh kesimpulan *Moon Chicken Station* melakukan tahap perencanaan terlebih dahulu sebelum melaksanakan aktivitas pemasaran online dari strategi komunikasi dengan merumuskan STP, dan menentukan bauran pemasaran (4P). Kegiatan komunikasi pemasaran dari *Moon Chicken Station* juga dilakukan melalui media sosial, yakni Instagram. *Moon Chicken Station* menggunakan Instagram sebagai sarana promosi untuk produk-produk yang mereka tawarkan dan berbagi informasi terkini terkait apa yang sedang terjadi di *Moon Chicken Station*.

Kata kunci : Komunikasi, Pemasaran, Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran Online, Analisa Komunikasi Pemasaran Online



Mercu Buana University
Faculty of
Communication
Field of Study Advertising and Marketing Communication
Bagus Putra Purnama
44318010052

Analysis of Online Marketing Activities at Moon Chicken Station By HangrySenopati
(November 2021 – Oktober 2022 Period)

Number of Pages : 115 Pages

Bibliography : 42 References, Years 2013 – 2019

ABSTRACT

Developments in the world of fast food business lately are increasingly varied, in Indonesia there are very many fast food businesses or commonly called fast food. Starting from umkm to large-scale businesses, but not many businesses dare to start building their business during the Covid-19 Pandemic. As was done by Moon Chicken Station by Hangry Senopati which was just established in 2020. This research aims to find out what online marketing activities were carried out by Moon Chicken Station in the period November 2021 to October 2022.

This research took 3 (three) people as resource persons who provided information related to Moon Chicken Station for researchers. The resource person consists of 1 (one) main resource person, namely the Manager of Moon Chicken Station itself, and 2 (two) more people are consumers of Moon Chicken Station. The interview technique was conducted in an unstructured manner using interview guidelines. Interviews were conducted offline with the main informant, and online with supporting sources, namely consumers.

This research is qualitative and the paradigm used in this research is the post-positivism paradigm. Data processing is carried out using descriptive analysis which has the aim of describing a condition, or situation that arises in society. Then draw conclusions as a characteristic or description of certain conditions. Data collection techniques are carried out using triangulation of sources or combined. Analysis of online marketing communication activities carried out by Moon Chicken Station by Hangry Senopati, namely always posting Instagram Feeds every day at least 1 post to provide interesting info such as discounts and promos, and for Instagram Story is also posted every day to provide information such as restaurant opening and closing hours, events being held by Moon Chicken Station if any, and so on.

The results showed that the online marketing activities carried out by Moon Chicken Station by Hangry Senopati have been implemented and run well in accordance with the concepts of marketing strategies that they compile to become a reference by utilizing Instagram social media which is currently more effective than other social media in carrying out online marketing activities. obtained the conclusion that Moon Chicken Station conducts the planning stage first before carrying out online marketing activities from the communication strategy by formulating STP, and determining the marketing mix (4P). The marketing communication activities of Moon Chicken Station are also carried out through social media, namely Instagram. Moon Chicken Station uses Instagram as a promotional tool for the products they offer and shares the latest information related to what is happening at Moon Chicken Station.

Keywords: Communication, Marketing, Communication Strategy, Online Marketing
Communication, Analysis of Online Marketing Communication

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Karya Sendiri	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	10
Tinjauan Pustaka	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.3 Konsep Komunikasi.....	17
2.4 Strategi Komunikasi.....	18
2.4.1 Komunikasi.....	18
2.4.2 Strategi.....	20
2.5 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	26
2.6.1 Analisis SWOT.....	26
2.7 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	30
2.8 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	32
2.9 Instagram.....	35
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Tipe Penelitian.....	39
3.4 Subyek Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Data Primer :.....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42

3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
Moon Chicken Station By Hangry	44
4.1.1 Profil Perusahaan	44
4.1.2 Visi dan Misi	45
4.1.3 Tujuan.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	47
4.2.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	48
a. Segmenting (Segmentasi)	48
4.2.3 Analisis SWOT.....	51
a. Strength (Kekuatan).....	51
b. Weakness (Kelemahan)	52
c. Opportunity (Peluang)	53
d. Threats (Ancaman)	54
4.2.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	55
a. Product (Produk).....	55
b. Price (Harga)	57
c. Place (Tempat).....	58
d. Promotion (Promosi)	60
4.2.5 Bauran Promosi (Promotion Mix)	61
a. Advertising (Periklanan).....	62
b. Sales Promotion (Promosi Penjualan)	63
c. Public Relations (Hubungan Masyarakat)	66
4.2.6.1 Instagram.....	69
4.3 Pembahasan	71
1. Segmenting (Segmentasi)	73
2. Targeting (Sasaran)	74
3. Positioning (Posisi).....	74
BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.3 Saran Praktis	92
Daftar Pustaka.....	94
Sumber Jurnal	96
Sumber Internet	98
Lampiran.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Testimoni konsumen di kutip dari website.....	15
Gambar 4.1 Produk-produk dari Moon Chicken Station	57
Gambar 4.2 Tempat dari Moon Chicken Station	60
Gambar 4.3 Promosi dari Moon Chicken Station	65
Gambar 4.4 Event dari Moon Chicken Station	66
Gambar 4.5 Public Relation dari Moon Chicken Station.....	68
Gambar 4.6 Foodvlogger dan berita di internet terkait Moon Chicken Station by Hangry Senopati.....	69
Gambar 4.7 Positioning Moon Chicken Station.....	76
Gambar 4.8 Desain Bangunan Moon Chicken Station Senopati.....	77
Gambar 4.9 Menu dari Moon Chicken Station Senopati.....	81
Gambar 4.10 Akun Instagram dari <i>Moon Chicken Station</i>	84
Gambar 4.11 Periklanan dari Moon Chicken Station.....	85
Gambar 4.12 Promosi Hari Besar dari Moon Chicken Station.....	87
Gambar 4.13 Instagram Moon Chicken.....	88
Gambar 4.14 linktree dari Moon Chicken.....	88
Gambar 4.15 Layanan Customer Service Moon Chicken di Whatsapp.....	89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Struktur Organisasi dari Moon Chicken Station	57
Tabel 4.2 Segmentasi dari Moon Chicken Station	61
Tabel 4.3 Analisis SWOT dari Moon Chicken Station	66

