



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

ABSTRAK

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