



**STRATEGI PROMOSI PATBINGSOO KOREAN DINING HOUSE DALAM MENARIK  
MINAT BELI DI TAHUN 2019 MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR  
SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**Selviani Indri Wellas**

**44315120020**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI**

Saya ang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selviani Indri Wellas

Nim : 44315120020

Konsentrasi : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Strategi Promosi Patbingsoo Korean Dining House Dalam Menarik Minat Beli Di Tahun 2019 Melalui Media Sosial Instagram** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasi maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 November 2020  
Yang membuat pernyataan,



(Selviani Indri Wellas)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PATBINGSOO KOREAN DINING  
HOUSE DALAM MENARIK MINAT BELI DI TAHUN 2019  
MELALUI SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM***

Nama : Selviani Indri Wellas

Nim : 44315120020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 November 2020

Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PATBINGSOO KOREAN DINING HOUSE DALAM MENARIK MINAT BELI DI TAHUN 2019 MELALUI SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM***

Nama : Selviani Indri Wellas  
Nim : 44315120020  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 November 2020

Ketua Sidang,

Suryaning H, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,

Dahliah, M.Ikom

(.....)

Pembimbing,

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)





**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PATBINGSOO KOREAN DINING HOUSE DALAM MENARIK MINAT BELI DI TAHUN 2019 MELALUI SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM***

Nama : Selviani Indri Wellas  
Nim : 44315120020  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 November 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

**Ketua Bidang Studi Marketing  
Communication & Advertising**

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising  
Selviani Indri Wellas  
44315120020

Strategi Promosi Patbingsoo Korean Dining House Dalam Menarik Minat Beli Di Tahun 2019 Melalui Media Sosial *Instagram*.

Jumlah Halaman : 84 halaman + 19 lampiran

Bibliografi : 52 acuan + 3 internet

## ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran. Karena kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting untuk menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa. Perlu adanya upaya dalam menyusun strategi promosi yang efektif dan efisien untuk mendapatkan minat beli konsumen. Saat ini promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya menggunakan media sosial sebagai media promosi. Patbingsoo Korean Dining House merupakan restoran khas Korea Selatan yang juga memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media dalam mempromosikan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi promosi yang dilakukan Patbingsoo dalam menarik minat beli di tahun 2019 melalui sosial media *Instagram*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Strategi Promosi Online, STP, Analisa SWOT dan Bauran Promosi yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti. Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subyek dalam penelitian ini adalah *Marketing & Franchise Manager Patbingsoo, Digital Marketing Patbingsoo* dan pelanggan/*followers Patbingsoo*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan studi kepustakaan/*literature*.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan Patbingsoo dalam menarik minat beli melalui sosial media *Instagram* dengan melakukan analisis STP (*Segmentasi, Targetting, Positioning*), Analisa SWOT dan menerapkan bauran promosi melalui sosial media *instagram* yaitu *Advertising, Sales Promotion, Public Relation* dan *Direct Marketing*. *Advertising* dengan menggunakan *free promote, paid promote, Instagram ads* dan *endorsment*. *Sales promotion* dengan memberikan penurunan harga, kupon atau *voucher, giveaway*, promo hari-hari besar, promo menu paket. *Public relation* dengan bukti testimonial atau *repost* dari foto pengunjung yang melakukan pembelian kemudian memposting produk tersebut dan menandai akun *Instagram Patbingsoo* baik di *feeds Instagram* maupun di *Instastory*. *Direct marketing* dengan memanfaatkan fitur yang terdapat pada *Instagram* berupa *direct message* dan kolom komentar untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumennya.

*Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Minat Beli, Instagram*



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising  
Selviani Indri Wellas  
44315120020

Strategi Promosi Patbingsoo Korean Dining House Dalam Menarik Minat Beli Di Tahun 2019 Melalui Media Sosial *Instagram*.

Jumlah Halaman : 84 halaman + 19 lampiran

Bibliografi : 52 acuan + 3 internet

### **ABSTRACK**

*Promotion is an important aspect of a marketing strategy. Because promotional activities are one of the important marketing activities to determine the success of a product or service. There needs to be an effort in developing an effective and efficient promotional strategy to get consumer buying interest. Currently, promotion can be done in various ways, one of which is using social media as a promotional media. Patbingsoo Korean Dining House is a typical South Korean restaurant that also utilizes social Instagram media as a medium for promoting its products. This study aims to describe the promotional strategies that Patbingsoo has undertaken in attracting buying interest in 2019 through social media Instagram.*

*The theory used in this research is the theory of Online Promotion Strategy, STP, SWOT Analysis and Promotion Mix proposed by Freddy Rangkuti. This study uses a paradigm post-positivism with a qualitative descriptive research method. The subjects in this research are Marketing & Franchise Manager Patbingsoo, Digital Marketing Patbingsoo and customers/followers Patbingsoo. Data collection techniques in this study were in-depth interviews and literature studies.*

*The result of this research is the promotional strategy carried out by Patbingsoo in attracting buying interest through social media Instagram by conducting STP analysis (Segmentation, Targetting, Positioning), SWOT analysis and implementing promotion mix through Instagram social media, namely Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Direct Marketing. Advertising by using free promote, paid promote, Instagram ads and endorsement. Sales promotion by providing price reductions, coupons or vouchers, giveaway, big day promos, package menu promos. Public relations with proof of testimonials or reposts of photos of visitors who made purchases then posted the product and tagged account Instagram Patbingsoo's both on Instagram feeds and on Instastory. Direct marketing by utilizing features found on Instagram in the form of direct messages and comment fields to communicate directly with consumers.*

*Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Buying Interest, Instagram*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat dan rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Promosi Patbingsoo Korean Dining House Dalam Menarik Minat Beli Di Tahun 2019 Melalui Sosial Media Instagram”**. Maksud dari tujuan penulisan skripsi ini yaitu sebagai tugas akhir guna mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, bidang studi Periklanan & Marketing Komunikasi.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti terbuka menerima kritik membangun serta saran yang bermanfaat. Kemudian pada kesempatan kali ini, izinkan peneliti untuk berterima kasih kepada seluruh pihak yang sangat berjasa, memberikan dukungan serta bekerja sama sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom selaku Ketua Bidang studi Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi yang baik.
2. Dr. Ibu Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta pengarahan yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Seluruh Dosen Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana.
4. Staff Tata Usaha Universitas Mecu Buana yang telah membantu sistematika dalam penyusunan Tugas Akhir.



5. Bapak Paulus Ardyansah selaku *Marketing & Franchise Manager* Patbingsoo yang terlibat sebagai narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih atas ketersediaan waktu untuk memberikan informasi dan ilmu baru kepada penulis.
6. Keluarga tercinta. Ayah Nicolaus Setya Wibowo dan Ibu Sri Rahayu serta kakak Veviana dan Renald Pambudy, yang telah memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun material, serta doa yang tiada hentinya.
7. Parisal Nugroho InsyaAllah calon suami yang selalu menyempatkan waktunya dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Yang penulis cintai, teman-teman terhebat dan tersayang, Astellia, Jihan, Radiva, Shilmi, Akira, Roni, Fani, Septi, Bonita, Windy, Ka Hendri, Nizar, Fahmi, Liyas, Ka Syahrul, Ka Wisnu dan semua rekan lainnya, yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta kegembiraan dalam setiap kesempatan yang kita jalani bersama.

Tiada manusia yang sempurna. Untuk itu, kritik serta saran yang sifatnya membangun dan mendorong penulis untuk lebih baik, sangat penulis harapkan sebagai acuan dalam pembuatan proposal ini dan proposal lainnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2020

Selviani Indri Wellas

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	18
2.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.4 Promosi.....	21
2.4.1 Tujuan Promosi.....	21
2.4.2 Promosi <i>Online</i> .....	22
2.4.3 Strategi Promosi <i>Online</i> .....	23

2.4.4	Bauran Promosi	24
2.5	Analisa SWOT	26
2.6	Media Digital ( <i>New Media</i> )	27
2.7	Media Sosial	28
2.8	<i>Instagram</i>	29
2.8.1	Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	30
2.8.2	Kelebihan dan Kekurangan	34
2.9	Minat Beli	36
<b>BAB III METEDOLOGI PENELITIAN</b>		<b>38</b>
3.1	Paradigma	38
3.2	Metode Penelitian	39
3.3	Subyek Penelitian	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Data Primer	40
3.5.2	Data Sekunder	41
3.5	Teknik Analisis Data	41
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		<b>45</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan	47
4.1.2.	Logo Perusahaan	47
4.1.3.	Struktur Organisasi	48
4.1.4.	Seputar Produk	50
4.1.5.	Lokasi Patbingsoo	52
4.2.	Hasil Penelitian	53
4.2.1.	STP ( <i>Segmentasi, Targetting, Positioning</i> )	54
4.2.2.	Analisis SWOT	56

4.2.3. Strategi Promosi Patbingsoo Melalui Media Sosial <i>Instagram</i>	58
4.2.4. Hasil Dari Penerapan Bauran Promosi Melalui Media Sosial <i>Instagram</i> Patbingsoo	71
4.2.5. Tanggapan Konsumen Patbingsoo	73
4.3. Pembahasan	74
4.3.1. Analisis STP ( <i>Segmentasi, Targetting, Positioning</i> )	74
4.3.2. Deskripsi SWOT	75
4.3.3. Strategi Promosi Patbingsoo Melalui Media Sosial Instagram	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>79</b>
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
5.2.1. Saran Akademis	80
5.2.2. Saran Praktis	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Detikfood.com.....	3
Gambar 1.2 Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia.....	6
Gambar 1.3 Pengikut Media Sosial <i>Instagram</i> Restoran Korean <i>Dessert</i> .....	6
Gambar 1.4 Postingan <i>Instagram</i> Patbingsoo & Postingan <i>Instagram</i> Giladiskon...7	
Gambar 4.1 Logo Restoran Patbingsoo.....	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Patbingsoo.....	48
Gambar 4.3 <i>Dessert</i> Patbingsoo.....	51
Gambar 4.4 Bimbim Patbingsoo.....	51
Gambar 4.5 Menu Patbingsoo.....	52
Gambar 4.6 Lokasi Patbingsoo.....	53
Gambar 4.7 Postingan <i>Instagram</i> Mall BX-Change & Flavor Bliss.....	61
Gambar 4.8 Postingan <i>Instagram</i> @patbingsooid & @kopichuseyo.id.....	61
Gambar 4.9 Postingan <i>Instagram</i> @giladiskon.....	62
Gambar 4.10 <i>Instagram Ads</i> @patbingsoo.....	63
Gambar 4.11 Postingan <i>Instagram</i> @anakjajan.....	64
Gambar 4.12 Repost Instastory @Ciawardhana @Nadyaarina @Prillylatuconsina96...65	
Gambar 4.13 Promo 2000.....	66
Gambar 4.14 Promo Menu Paket Berdua.....	66
Gambar 4.15 Promo Value Deal.....	67
Gambar 4.16 Promo Valentine.....	67
Gambar 4.17 Promo 17 Agustus 2019.....	67
Gambar 4.18 Promo Christmas 2019.....	67
Gambar 4.19 <i>Give Away</i> .....	68
Gambar 4.20 Postingan <i>Feeds</i> & <i>Instastory</i> Patbingsoo.....	69



Gambar 4.21 Kolom Komentar & Direct Message Instagram Patbingsoo.....	70
Gambar 4.22 Data Penjualan Patbingsoo.....	71



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 Restoran Bingsu Khas Korea di Jakarta.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Permohonan Wawancara.....	86
Lampiran B. Surat Telah Melakukan Penelitian.....	87
Lampiran C. Dokumentasi Penelitian.....	88
Lampiran D. Transkrip Hasil Wawancara.....	92

