



*Online Review Customer Dan Program Zomato Gold
Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com*

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :
Dicky Widhianto

44317110043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan Dan komunikasi Pemasaran
Dicky Widhianto
44317110043

Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com

Bibliografi : 5 Bab 119 Hal

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada sebuah *platform* Zomato.com dalam membangun *brand awareness*. Hadirnya *platform* Zomato.com di Indonesia ternyata memiliki pesaing sehingga diperlukan membangun *brand awareness* mencapai *level top of mind*. Sebagai sebuah *platform User Generated Content*, pengguna penikmat kuliner atau *foodie* dan pengguna pemilik *brand* restoran dan *café* adalah *asset* utama dalam sebuah *platform UGC*. Untuk menarik minat para pengguna dan menjalin hubungan yang panjang yang saling menguntungkan maka diperlukan strategi komunikasi pemasaran untuk mengirimkan pesan keunggulan melalui *electronic word of mouth*, peranan *sales promotion* dan *electronic public relation*.

Metodologi penelitian yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dimana peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Para narasumber dipilih berdasarkan keterikatan dengan objek penelitian yang mewakili dari Zomato.com, mewakili dari pengguna *foodie* dan mewakili dari pengguna pemilik *brand* restoran dan *café*. Penulis akan menganalisa *Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com* sehingga mampu mencapai posisi *level top of mind*.

Kata kunci : *UGC, E-WOM, Sales Promotion*



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dicky Widhianto
NIM : 44317110043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : *Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com* 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 dipublikasikan 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.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 1 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan,



Dicky Widhianto

Mengetahui,

• Pembimbing

(Suman Jaya, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Dicky Widhianto
NIM : 44317110043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : *Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com*

Jakarta, 1 Agustus 2021

Mengetahui,

Pembimbing

(Suman Jaya, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Dicky Widhianto
NIM : 44317110043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : *Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com*

Jakarta, 1 Agustus 2021

Ketua Sidang : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed (.....)

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)

Pembimbing : Suman Jaya, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Dicky Widhianto
Nama : 44317110043
NIM : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Bidang Studi : *Online Review Customer* Dan Program *Zomato Gold* Dalam
Membangun *Brand Awareness* Zomato.com

Jakarta, 1 Agustus 2021
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

(Suman Jaya, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanallahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan proposal penelitian dengan pembahasan ***Online Review Customer Dan Program Zomato Gold Dalam Membangun Brand Awareness Zomato.com*** ini dapat terselesaikan dengan baik tanpa kendala. Dalam penelitian ini, penulis membahas penggunaan fitur *online review* dan aktivitas promosi *Zomato Gold* dalam membangun *brand awareness Zomato.com*.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dalam penyajian materi maupun analisis mengenai penjelasan yang disebabkan oleh keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak untuk memperbaiki segala kekurangan demi kesempurnaan penelitian ini. Demikian kata pengantar ini penulis buat, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi diri penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 1 Agustus 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR TANDA LULIS SIDANG TUGAS AKHIR	v
LEMBAR PENGESAAIAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Teoritis.....	12
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2. Peran <i>User Generated Content (UGC)</i> Pada Digital Komunikasi	13
2.2.3. <i>Brand Awareness</i>	15
2.2.4. Membangun <i>Brand Awareness</i> Melalui <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.2.5. Membangun <i>Brand Awareness</i> Melalui Bauran Promosi	18
BAB III	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Paradigma Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian	22
3.3. Subjek Penelitian	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data	23

3.5. Teknik Analisis Data	25
3.6. Teknik Keabsahan Data	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Gambaran Objek Penelitian.	28
4.1.1. Zomato.com Memasuki Indonesia	33
4.1.2. Struktur Organisasi Zomato.com Di Indonesia.	34
4.2. Hasil Penelitian.	35
4.2.1. Pengguna dan Layanan Zomato.com.	37
4.3. Pembahasan.	54
4.3.1. Membangun <i>Brand Awareness</i> Melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	58
4.3.2. Membangun <i>Brand Awareness</i> Melalui Program <i>Zomato Gold</i>	69
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran 1. Transkrip Wawancara	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Situs Zomato.com dan Aplikasi Zomato di unduh 1 Juni 2020	3
Gambar 2. Situs Qraved. diunduh 1 Juni 2020.....	4
Gambar 3. Situs Pergikuliner.com diunduh 1 Juni 2020.....	5
Gambar 4. Zomato <i>Gold</i> diunduh 1 Juni 2020	6
Gambar 5. Piramida <i>Brand Awareness</i> diunduh 1 Juni 2020	17
Gambar 6. Promotion Mix.....	19
Gambar 7. Logo Zomato.com	28
Gambar 8. Zomato.com diunduh 1 Juli 2021	31
Gambar 9. <i>Website</i> Zomato.com di unduh 18 Juli 2021	31
Gambar 10. <i>Mobile Apps</i> Zomato.com.....	33
Gambar 11. Data Pengguna Foodie.....	38
Gambar 12. <i>Level Reviewer</i> di unduh 2 September 2020.	39
Gambar 13. <i>Influencer Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020	50
Gambar 14. <i>Event Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020	51
Gambar 15. <i>Referral Code Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020.....	51
Gambar 16. <i>Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020.....	53
Gambar 17. <i>Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020.....	53
Gambar 18. Pencarian Lokasi Restoran di unduh 2 September 2020	55
Gambar 19. <i>Online review</i> pengguna bukan <i>food blogger</i>	66
Gambar 20. <i>Online review food blogger</i> atau <i>influencer</i>	67
Gambar 21. <i>Event Launch Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020	70
Gambar 22. <i>Post Instagram Influencer</i> di unduh 2 September 2020	72
Gambar 23. <i>Event kolaborasi</i> di unduh 2 September 2020	73
Gambar 24. <i>Sales Promotion Zomato Gold</i> di unduh 2 September 2020	77
Gambar 25. <i>Referral code</i> di unduh 2 September 2020	78

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu.....	10
Table 2. Data <i>Online Review Customer</i> Dan program <i>Zomato Gold</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Wawancara

Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian

Lampiran 4. *Curriculum Vitae*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISTILAH

ISTILAH	ARTI
<i>Audience</i>	khalayak luas.
<i>Celebrity</i>	orang yang terkenal atau masyhur (biasanya tentang artis).
<i>Comment</i>	memberikan komentar.
<i>Connoisseur</i>	ahli dalam meneliti karya seni. Merupakan berasal dari bahasa inggris abad kepada abad pertengahan awal dan saat ini merupakan bahasa yang paling umum digunakan di seluruh dunia.
<i>Directory</i>	sebuah system yang berisi daftar petunjuk dan informasi.
<i>Fake review</i>	memberika ulasan palsu dengan cara merekayasa melalui reviewer bayaran dengan tujuan memberikan ulasan positif.
<i>Flashsale</i>	Penjualan suatu produk dengan memberikan potongan harga dalam waktu terbatas.
<i>Foodie</i>	pecinta dan penikmat kuliner.
<i>Food blogger</i>	individu yang mempunyai profesi mengulas dan menilai seputar dunia kuliner dalam aspek dan tinjauan rasa makanan dan minuman, penyajian dan porsi, kesesuaian harga, kecepatan dan ketepatan pelayanan, suasana restoran dan café hingga perilaku para staff dan pelayan secara objektif.
<i>Foodie meet up</i>	pertemuan yang dihadiri para pengulas atau <i>food blogger</i> .
<i>Follower</i>	pengikut sebuah akun.
<i>Influencer</i>	seorang yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi orang lain yang biasanya memiliki pengikut yang banyak di social media.
<i>Instagram</i>	kegiatan mengunggah konten pengguna Instagram dan masuk kedalam feed (album) Instagram.

Instagram Story	fitur yang ada di Instagram yang memungkinkan kamu berbagi konten secara singkat. Konten tersebut hanya tersedia dalam waktu 24 jam.
Konten	informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.
Likes	memberikan tanda suka.
Online review	ulasan yang dilakukan melalui saluran digital.
Platform	sebuah program yang digunakan untuk menjalankan suatu rencana kerja.
Presenter	orang yang bertugas sebagai tuan rumah sekaligus pemimpin acara dalam panggung pertunjukan atau hiburan.
Rating	memberikan penilaian berupa angka dari mulai angka 1 hingga angka 5.
Referral Code	sekumpulan digit yang terdiri dari huruf dan angka yang membentuk sebuah kode unik yang digunakan untuk kegiatan promosi.
Reviewer	pengulas atau orang yang melakukan ulasan terhadap suatu produk.
Share	membagikan.
User	pemilik atau pengguna.
Volume Traffic Customer :	jumlah pelanggan yang datang untuk bertransaksi.
Wishlist weekend	daftar rencana keinginan ketika hari libur sabtu dan minggu.
Youtuber	pengguna youtube yang membuat konten di youtube atau memiliki chanel youtube.