

**STRATEGI PROMOSI NAGOYA FUSION RESTORAN MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,FACEBOOK DAN TWITTER DALAM
MENARIK MINAT PENGUNJUNG PADA TAHUN 2017**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
Gebian Ridho Sadewa
20130530285

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gebian Ridho Sadewa
NIM : 20130530285
Konsentrasi : Public Relations
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanannya.

Yogyakarta, 7 Desember 2018

Gebian Ridho Sadewa

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“ Bekerja Keras, Berdoa dan Berserah Kepada Allah SWT Karena Segala
Keputusan dan Hasil Allah yang Akan Menentukan yang Terbaik
Untuk Hamba-Nya”*

Skripsi ini kupersembahkan teruntuk

Negara Republik Kesatuan Indonesia

Bapak dan Ibu tercinta,

Kakak dan Adik-Adikku tersayang,

Keluarga besar yang selalu mendukung

Serta sahabat-sahabatku,

Yang selalu menemani, mendukung dan membimbing untuk lebih baik

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan seru sekalian alam yang Maha Esa, shalawat serta salam selalu ditujukan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW dan semoga syafa'atnya akan mengalir kepada seluruh keluarganya, sahabat dan Insya Allah kita semua. Penulis bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta petunjuk-Nya kepada penulis sehingga tugas akhir yang berjudul "**(Strategi Promosi Nagoya Fusion Restoran Melalui Media Sosial Instagram, Facebook Dan Twitter Pada Tahun 2017)**"

Penulis merasakan sekali pertolongan Allah SWT selama proses pengerjaan skripsi. Selain itu, meskipun dalam proses pengerjaannya menemui banyak hambatan, namun hal tersebut tidak begitu berarti karena berkat bantuan Bapak Haryadi yang dengan sangat sabar meluangkan waktu membimbing dari awal pemilihan judul sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Melalui skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan materiil maupun moril, serta langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si., selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Haryadi Arief Nur Rasyid S.IP, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan selaku Pembimbing yang telah banyak membimbing dan meluangkan waktu serta memberi motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu saya Sugiharto dan Budi Ismugiatun, terima kasih atas doa, nasehat, dukungan serta perjuangannya selama ini sehingga penulis mampu mendapat gelar sarjana.
6. Adik saya, Rosyida Ghea Sadewa terima kasih atas segala dukungan dan doanya selama penulis berproses dalam menempuh gelar sarjana.
7. Annisa Amalia Ramadhani, terima kasih banyak segala dukungannya. Dia adalah orang yang bisa membuat saya bangkit lagi setelah jatuh berkali-kali. Mari kita siapkan masa depan kita setelah skripsi ini berakhir.
8. Seluruh karyawan Nagoya Fusion Pakualaman dan Mbah Cempluk Gajah Mada, terima kasih atas kerjasama untuk mengurus restoran ini selama penulis menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh rekan di jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya pada konsentrasi public relations angkatan 2013.
10. Reno Captiano yang sangat membantu selama berproses di kampus
11. Amazing Production, Event Organizer yang saya bentuk berdekatan waktu dengan memulainya skripsi ini. Algi, Yola, Anggun, Tama yang sudah membantu dimulainya Amazing Production

12. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga ridho Allah SWT senantiasa menyertai kita, Amien.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Desember 2018

Gebian Ridho Sadewa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
E. KERANGKA TEORI.....	7
1. PROMOSI	7
2. BAURAN PROMOSI	13
3. SOSIAL MEDIA SEBAGAI ALAT PROMOSI	17
E. METODE PENELITIAN	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Teknik Pengumpulan Data	30
3. Teknik Analisa Data.....	32
4. Triangulasi Data	34
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	36
A. Profil Nagoya Fusion.....	36
B. Visi dan Misi	37
C. Budaya Perusahaan.....	38
D. Struktur Organisasi Nagoya Fusion.....	39
E. Unit Divisi	40
F. Waktu Operasional	45
G. Fasilitas & Feature.....	45
H. Kontak Perusahaan	46
I. Kemitraan	47
J. Persyaratan Umum Calon Karyawan	48
K. Proses Perekrutan Karyawan	48
L. Pengawasan, Evaluasi dan Sanksi	49
M. Aturan Tambahan	52
N. Gerai Nagoya Fusion.....	54
O. Daftar Produk Nagoya Fusion	55

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	58
A. SAJIAN DATA	58
B. ANALISIS DATA.....	81
BAB IV PENUTUP	113
A. KESIMPULAN	113
B. SARAN.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Testimoni pelanggan Nagoya Fusion	3
Gambar 1.2	Salah satu Akun Foodgram di Yogyakarta	4
Gambar 1.3	Postingan Review di Tripadvisor	5
Gambar 1.4	Postingan Promosi melalui Fanspage Facebook	5
Gambar 2.1	Logo Nagoya Fusion Resto	36
Gambar 2.2.	Nagoya Fusion Tampak Depan Samping Kiri	53
Gambar 2.3.	Tampak dalam Nagoya Fusion	54
Gambar 2.4.	Kasir Nagoya Fusion	54
Gambar 2. 5.	Daftar Menu Nagoya Fusion	55
Gambar 2. 6.	Menu Nagoya Fusion “Marumaki Sushi”	55
Gambar 2.7.	Menu Nagoya Fusion “Maguro Ramen”	56
Gambar 2.8.	Menu Nagoya Fusion “Chicken Teriyaki”	56
Gambar 2.9.	Menu Nagoya Fusion “Ichigo Float”	57
Gambar 2.10.	Menu Nagoya Fusion “Ebi Udon”	57
Gambar 3.1	Promosi melalui Facebook	65
Gambar 3.2	Promosi melalui Facebook	65
Gambar 3.3	Promosi melalui Twitter	67
Gambar 3.4	Promosi melalui Instagram	69
Gambar 3.5	Promosi melalui Instagram	70
Gambar 3.6	Promosi melalui Instagram	71
Gambar 3.7	Promosi melalui Instagram	71

Gambar 3.8	Promosi melalui Foodgram	73
Gambar 3.9	Instagram Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan audiens	78
Gambar 3.10	Instagram Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan content paling banyak dilihat	79
Gambar 3.11	Instagram Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan Jenis Kelamin dan waktu paling banyak dilihat	79
Gambar 3.12	Instagram Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan wilayah dan umur dari para pengunjung	80
Gambar 3.13	Facebook Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan jangkauan postingan	80
Gambar 3.14	Facebook Insight Nagoya Fusion yang menunjukkan post dan impressive postingan	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Japanese Resto yang ada di Indonesia	2
Tabel 1.2	Omzet Penjualan Nagoya Fusion Yogyakarta	6
Tabel 2.1	Struktur Organisasi Nagoya Fusion	39