

**ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN *FAST FOOD* KFC  
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

Calvein Imanuel Haryanto

1423018051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2022**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN *FAST FOOD* KFC  
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



**Disusun oleh :**

Calvein Imanuel Haryanto

1423018051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2022**

## **SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan ini, saya

Nama : Calvein Imanuel Haryanto

NRP : 1423018051

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul Analisis Isi Strategi Promosi Restoran *Fast Food* KFC melalui Media Sosial *Instagram* adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 20 September 2021

Penulis

A 2000 Indonesian Rupiah postage meter stamp is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '2000', and 'METER TEMPEL'. A black ink signature is written over the stamp. The serial number '9DC4DAJX00519875' is visible at the bottom of the stamp.

Calvein Imanuel H.

NRP. 1423018051

## **LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

### **ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN FAST FOOD KFC MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Oleh:

Calvein Imanuel Haryanto

NRP. 1423018051

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

(.....)

NIDN. 0701067803

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

(.....)

NIDN. 0630077303

Surabaya, 3 Mei 2022

## LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Rabu, 25 Mei 2022

Mengesahkan,




Fakultas Ilmu Komunikasi



Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

- |    |            |  |   |
|----|------------|--|---|
| 1. | Ketua      | : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.<br>NIDN. 0719078401    | (  ) |
| 2. | Sekretaris | : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom<br>NIDN. 0701067803             | (  ) |
| 3. | Penguji 1  | : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom<br>NIDN. 0725058704 | (  ) |
| 4. | Penguji 2  | : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si<br>NIDN. 0630077303                   | (  ) |

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Calvein Imanuel Haryanto

NRP : 1423018051

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul :

***ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN FAST FOOD KFC  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 September 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is partially visible, showing the number '10000' and the word 'METR'.

Calvein Imanuel Haryanto

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Ucapan syukur kepada kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang luar biasa, selalu menyertai memberi kekuatan serta kesehatan pada penulis dalam situasi suka maupun duka khususnya dalam proses pengerjaan skripsi ini. Berkat kasih dan karunia-Nya, penulis diberikan kelancaran dalam proses skripsi ini, mulai dari tahap proposal hingga saat ini. Melewati segala keterbatasan yang ada, penulis bersyukur karena dapat menyelesaikan kegiatan skripsi ini sesuai dengan harapan penulis. Berkat seluruh dukungan yang ada, penulis mampu menyelesaikan hingga tahap akhir dengan baik berkat bantuan dan dukungan dari orang tua, dosen pembimbing, serta teman-teman yang penulis kasihi. Semoga dengan adanya skripsi ini, dapat menjadi pembelajaran dan dapat menginspirasi para pembacanya.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yaitu Skripsi. Meskipun ditengah situasi pandemi yang memiliki banyak keterbatasan namun penulis bersyukur karena dapat menyelesaikan skripsi tentang strategi promosi perusahaan dengan judul “Analisis Isi Strategi Promosi Restoran *Fast Food* KFC melalui Media Sosial *Instagram*” yang kemudian tertuang pada skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan doa dan bantuan dari banyak pihak kepada penulis. Maka, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberikan hikmat serta berkat-Nya kepada penulis dalam setiap proses yang dihadapi, yang selalu menemani dan menolong penulis melalui orang-orang baik yang ada dalam kehidupan penulis, serta memberikan kesempatan untuk penulis dapat selalu bertumbuh menjadi lebih baik setiap hari.
2. Kedua orang tua penulis Papa dan Mama, serta adik tercinta yang hingga saat ini selalu setia memberikan semangat, dukungan, dan restu doa sehingga penulis dapat menyelesaikan setiap prosesnya dengan maksimal.
3. Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom, sebagai dosen pembimbing 1 dan Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si, sebagai dosen pembimbing 2 dalam proses penyusunan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mendampingi penulis mulai awal hingga akhir penyusunan skripsi dengan maksimal.



4. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom sebagai Ketua Penguji dan Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom sebagai Penguji 1 yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Vania Ozora, Avinanda Maria sebagai teman seperjuangan sejak semester 3 yang selalu memberi dukungan serta bantuan agar penulis selalu berani mencoba untuk melakukan yang terbaik dalam setiap hal yang dikerjakan.
6. Erick Orlando, Heaven Duta, Yuan Wong, dan Dhieva Didan sebagai yang selalu setia menemani, saling bertumbuh bersama, yang selalu ada dalam suka-duka, memberikan semangat, mau menjadi pendengar yang baik untuk penulis saat mengerjakan revisi,

Sekali lagi penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang sudah maupun belum disebutkan, telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, bila ada kesalahan dalam bentuk penulisan dan ucapan, penulis menyampaikan permohonan maaf. Terima kasih

## DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Originalitas .....	iii
Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing .....	iv
Lembar Pengesahan Dosen Penguji .....	v
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar isi.....	x
ABSTRAK.....	xvi
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
Jumlah Statistik Pengguna <i>Instagram</i> Tahun 2020.....	5
Ragam Promosi KFC melalui <i>Facebook</i> .....	9
Ragam Promosi KFC melalui <i>Twitter &amp; Youtube</i> .....	10
I.2 Rumusan Masalah .....	16
I.3 Tujuan Penelitian .....	16
I.4 Batasan Masalah.....	16
I.5 Manfaat Penelitian .....	17
BAB II.....	18
II.1 Penelitian Terdahulu .....	18
II.2 Kerangka Teori .....	21
II.2.1 <i>Marketing Communication</i> .....	22
II.2.2 <i>Marketing Mix</i> .....	24
II.2.2.1 <i>Promotion Mix</i> .....	28
II.2.3 <i>Instagram</i> .....	32

II.2.4 Analisis Isi .....	34
II.3. Nisbah Antar Konsep.....	39
II.4 Bagan Kerangka Konseptual .....	41
BAB III.....	42
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
III.2. Metode.....	42
III.3. Definisi Konseptual .....	43
III.4. Definisi Operasional.....	44
III.5. Populasi dan Sampel .....	45
III.6. Teknik Penarikan Sampel.....	46
III.7. Teknik Pengumpulan Data .....	46
III.8. Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	47
III.8.1 Teknik Validitas .....	47
III.8.2. Reliabilitas .....	47
III.9. Teknik Analisis Data .....	49
BAB IV .....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	50
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	50
IV.1.1. Profil Akun <i>Instagram</i> KFC.....	50
IV.2 Uji Reliabilitas.....	53
IV. 3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	57
IV.3.1 Product .....	58
IV.3.1.1 <i>Product</i> Ayam Goreng .....	59
IV.3.1.2 <i>Product</i> Minuman Ringan.....	60
IV.3.1.3 <i>Product</i> Burger Ayam.....	62
IV.3.1.4 <i>Product</i> Kentang Goreng .....	63
IV.3.1.5 <i>Product</i> Camilan .....	65

IV.3.1.6 <i>Product Ice Cream</i> .....	66
IV.3.1.7 <i>Ulasan Product</i> .....	68
IV.3.2 <i>Price</i> .....	70
IV.3.3 <i>Promotion</i> .....	73
IV.3.3.1 <i>Promotion Direct Marketing</i> .....	73
IV.3.3.2 <i>Promotion Sales Promotion</i> .....	75
IV.3.3.3 <i>Promotion Publicity</i> .....	78
IV.3.3.4 <i>Ulasan Promotion</i> .....	80
IV.3.3.5 <i>People</i> .....	81
<b>BAB V</b> .....	<b>86</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>86</b>
V.1 <i>Kesimpulan</i> .....	86
V.2 <i>Saran</i> .....	87
V.2.1 <i>Saran Akademis</i> .....	87
V.2.2 <i>Saran Praktis</i> .....	87
V.2.3 <i>Saran Sosial</i> .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>89</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Statistik Pengguna <i>Instagram</i> .....	5
Gambar I.2 Ragam Promosi KFC melalui <i>Facebook</i> .....	9
Gambar I.3 Ragam Promosi KFC melalui <i>Twitter &amp; Youtube</i> .....	10
Gambar I.4 Ragam Promosi KFC melalui <i>Instagram</i> .....	13
Gambar VI.1 Profil Instagram KFC Indonesia.....	52
Gambar VI. 2 Colour Identity Brand.....	52
Gambar VI. 3 Logo KFC.....	53
Gambar VI. 4 Unggahan KFC Menampilkan Product Ayam Goreng.....	60
Gambar VI. 5 Unggahan KFC Menampilkan Product Minuman Ringan... ..	61
Gambar VI. 6 Unggahan KFC Menampilkan Product Burger Ayam .....	63
Gambar VI. 7 Unggahan KFC Menampilkan Product Kentang Goreng.....	65
Gambar VI. 8 Unggahan KFC Menampilkan Product Camilan.....	67
Gambar VI. 9 Unggahan KFC Menampilkan Product Ice Cream.....	68
Gambar VI. 10 Unggahan KFC Menampilkan Price.....	71
Gambar VI. 11 Unggahan KFC Menampilkan Promotion Direct Marketing .....	75
Gambar VI. 12 Unggahan KFC Menampilkan Promotion Sales Promotion.....	77
Gambar VI. 13 Unggahan KFC Menampilkan Promotion Publicity... ..	79
Gambar VI. 14 Unggahan KFC Menampilkan People.....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Statistik Penjualan Restoran <i>Fast Food</i> Tahun 2020...	7
Tabel I.2 Statistik Penjualan Restoran <i>Fast Food</i> Tahun 2015-2019...	8
Tabel I.3 Perbandingan Jumlah <i>Followers Instagram</i> Restoran <i>Fast Food</i> .....	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu...	18
Tabel III.1 Definisi Operasional .....	43
Tabel IV.1 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder A .....	55
Tabel IV.2 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder B .....	56
Tabel IV.3 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Ayam Goreng.....,,.....	59
Tabel IV.4 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Minuman Ringan... ..	60
Tabel IV.5 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Burger Ayam.....	62
Tabel IV.6 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Kentang Goreng... ..	64
Tabel IV.7 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Camilan.....	66
Tabel IV.8 Unggahan Terkait Kategori <i>Product</i> Ice Cream.....	67
Tabel IV.9 Frekuensi Unggahan <i>Product</i> .....	69
Tabel IV.10 Unggahan Yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Price</i> .....	71
Tabel IV.11 Unggahan Yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Direct Marketing</i> ...	74
Tabel IV.12 Unggahan Yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Sales Promotion</i> .....	76
Tabel IV.13 Unggahan Yang Berkaitan Dengan Kategori <i>Promotion Publicity</i> .....	78
Tabel IV.14 Frekuensi Ulasann <i>Promotion</i> .....	80
Tabel IV.15 Unggahan Yang Berkaitan Dengan Kategori <i>People</i> .....	82
Tabel IV.16 Data Kategori KFC .....	85

## Daftar Lampiran

Lembar Koding/Coding Sheet .....	92
----------------------------------	----

## ABSTRAK

CALVEIN IMANUEL HARYANTO, NRP. 1423018051. ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN FAST FOOD KFC MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.

Penelitian ini melihat bagaimana strategi promosi yang telah dilakukan oleh KFC sebagai restoran *fast food* menggunakan 4 indikator bauran pemasaran yang terdiri atas Produk, Harga, Promosi, dan Orang. Penelitian ini berfokus pada fenomena strategi promosi KFC melalui Media Sosial *Instagram*. Fenomena ini diangkat karena adanya pandemik COVID-19 pada tahun 2020 yang membuat beragam restoran *fast food* mengalami penurunan penjualan secara drastis dan bagaimana cara restoran *fast food* untuk dapat kembali pulih serta dapat melakukan *dine in* di tempat. Analisis isi Deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran strategi promosi yang dilakukan oleh KFC. Objek dalam penelitian ini yaitu analisis isi strategi promosi. Subjek yang digunakan adalah media sosial *Instagram* KFC yaitu @kfcindonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penggunaan strategi promosi KFC di *Instagram* disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dari KFC yaitu menggunakan strategi promosi berupa keseluruhan indikator bauran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KFC lebih menonjolkan indikator produk dan harga dengan mengunggah terkait produk yang bervariasi beserta harga melalui media sosial *instagram*.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Analisis Isi Deskriptif, KFC



## **ABSTRACT**

CALVEIN IMANUEL HARYANTO, NRP. 1423018051. ANALISIS ISI STRATEGI PROMOSI RESTORAN FAST FOOD KFC MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.

This research looks at how the promotion strategy that has been carried out by KFC Alaihi Salam a fast food restaurant uses 4 marketing mix indicators consisting of Product, Price, Promotion, and People. This study focuses on the phenomenon of KFC's promotion strategy through Instagram Social Media. This phenomenon was raised due to the COVID-19 pandemic in 2020 which made various fast food restaurants experience a drastic decline in sales and how fast food restaurants can recover and be able to dine in on the spot. Descriptive content analysis is used to describe the promotional strategy carried out by KFC. The object of this research is the content analysis of the promotion strategy. The subject used is KFC's Instagram social media, namely @kfcindonesia. This research uses content analysis method with quantitative approach and descriptive research type. The use of the KFC promotion strategy on Instagram is adjusted to the needs of consumers from KFC, namely using a promotional strategy in the form of an overall marketing mix indicator. The results of the study show that KFC emphasizes product and price indicators by uploading related products and prices through Instagram social media.

Keywords: Promotion Strategy, Content Analysis Descriptive, KFC