



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**Implementasi Penggunaan Media Sosial Restoran  
Ikan Bakar Cianjur (IBC) dalam Menjangkau  
Konsumen Muda**

**(Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan  
Maret – September 2014)**

**SKRIPSI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom.)

**Christy Mahawi**

**11140110269**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2015**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Januari 2015

( Christy )

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“Implementasi Penggunaan Media Sosial Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) dalam Menjangkau Konsumen Muda (Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan Maret – September 2014)”**

oleh

**Christy**

telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 22 Januari 2015

**Ketua Sidang**

**Penguji Ahli**

Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

Kartika Aryani, S.Sos., M.I.Kom.

**Dosen Pembimbing**

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.



UMMN

## Philippians 4:6

“Do not be anxious about anything, but in every situation, by prayer and petition, with thanksgiving, present your requests to God.”

# IMPLEMENTASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) DALAM MENJANGKAU KONSUMEN MUDA

(Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan Maret – September 2014)

## ABSTRAK

Oleh: Christy

NIM: 11140110269

Saat restoran waralaba dari negara-negara asing kini menjadi *lifestyle* kalangan muda, Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) justru menawarkan masakan Indonesia dengan olahan bahan dan rempah alami khas tanah air untuk memperkenalkan kekayaan budaya negeri Indonesia. Persaingan dalam industri makanan memungkinkan bagi perusahaan melakukan strategi-strategi yang berpeluang besar dalam menggarap pasar yang lebih luas khususnya ke konsumen muda. Mengingat hal ini, Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) melihat peluang yang besar pada media sosial dalam menjangkau konsumen muda sebagai target pasar di era modern ini.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus pada Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) dengan judul “IMPLEMENTASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) DALAM MENJANGKAU KONSUMEN MUDA (Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan Maret – September 2014)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi penggunaan media sosial yang dijalankan oleh IBC *Social Media Team* pada Facebook Fanpage Ikan Bakar Cianjur guna menjangkau konsumen muda.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menjabarkan berbagai strategi yang dijalankan berdasarkan model analisis dari Breakenridge, *The Social Media Strategy Wheel*, yang meliputi *Tracking and Monitoring Strategy*, *Distribution Strategy*, *Content Strategy*, *Engagement Strategy*, dan *Measurement Strategy*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi penggunaan Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) berhasil meningkatkan jumlah fans pada Facebook Fanpage dari 2.894 menjadi 6.367 atau dapat dikatakan jumlah fans bertambah 3.473 fans berhasil diperoleh dari konsistensi *posting plan* yang disajikan setiap harinya dan program-program yang dijalankan selama periode Maret – September 2014.

Kata Kunci: Facebook Fanpage, *Fans*, IBC, *Likers*, Media Sosial, Restoran Ikan Bakar Cianjur

# **IMPLEMENTATION OF USING SOCIAL MEDIA RESTAURANT IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) IN REACHING YOUNG CONSUMER**

**(Case Study: Facebook Fanpage Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) in period March - September 2014)**

## **ABSTRACT**

By: Christy  
NIM: 11140110269

When a restaurant franchise from foreign countries has become a lifestyle among the young, Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) it offers Indonesian cuisine with refined ingredients and natural spices typical homeland to introduce the cultural richness of the country of Indonesia. Competition in the food industry makes it possible for the company doing the strategies most likely to work on a broader market, especially to young consumers. Given this, Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) see great opportunities in social media to reach young consumers as a target market in this modern era.

This research is a case study in Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) entitled "IMPLEMENTATION OF USING SOCIAL MEDIA RESTAURANT IKAN BAKAR CIANJUR (IBC) IN REACHING YOUNG CONSUMER (Case Study: Facebook Fanpage Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) in period March - September 2014)". The purpose of this research is to find out how the implementation of using social media run by IBC Social Media Team on Facebook Fanpage Ikan Bakar Cianjur to expand its market share among the young.

Through a qualitative approach, this research describes various strategies that are implemented based on the model analysis of Breakenridge, The Social Media Strategy Wheel, which includes Tracking and Monitoring Strategy, Distribution Strategy, Content Strategy, Engagement Strategy, and Measurement Strategy.

The results shows that the implementation of using social media on Facebook Fanpage Restaurant Ikan Bakar Cianjur (IBC) has increased the number of fans as much as 3,473 fans were successfully obtained from the consistency posts served daily plans and the programs that run during the period from March to September 2014.

**Keywords:** Facebook Fanpage, Fans, IBC, Likers, Social Media, Restaurant Ikan Bakar Cianjur.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur hanya kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas anugerah dan segala kekuatan yang diberikanNya maka saya dapat menyelesaikan penelitian dengan judul Implementasi Media Sosial dalam Memperluas Pangsa Pasar Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) (Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan Maret – September 2014). Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Peneliti memilih untuk meneliti penelitian ini karena peneliti melihat keunikan dari restoran tradisional asli Indonesia yang sudah memiliki pemikiran terbuka tentang era modern yang kini serba *online*. Penelitian tentang restoran khas sunda ini mengikuti perkembangan jaman yang ada. dalam rangka memperluas pangsa pasarnya dengan menggunakan media sosial, yaitu salah satunya Facebook sebagai sarana perluasan pangsa pasar ke kalangan muda.

Selama proses pembuatan skripsi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang selalu membantu peneliti, peneliti berterima kasih kepada:



1. Dosen Pembimbing, Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. yang selalu membimbing dan mendukung peneliti dengan baik dan sabar dari awal hingga akhir pembuatan skripsi ini.
2. Ketua Program Ilmu Komunikasi – UMN. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. yang senantiasa memberi semangat kepada peneliti dan memberikan informasi-informasi penting seputar topik penelitian dan informasi seputar kampus.
3. Key informan & informan. Juanda Putra (Owner Restoran Ikan Bakar Cianjur) selaku key informan yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan wawancara di waktu yang terencana maupun tidak terencana; M. Dang Rusdaniman (*Head of Manager Outlet* Restoran Ikan Bakar Cianjur) selaku informan yang berkenan diwawancarai di tengah kesibukannya mengurus outlet-outlet IBC; Marcel Agustine (*IBC Social Media Team*) selaku informan yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai seputar Facebook Fanpage IBC.
4. Keluarga besar peneliti. Khery Mahawi, Vitta Vianty, Vinnysia Mahawi, Sarah Mahawi, Kent Sugeng, Christian Sugeng yang selalu mendukung dalam doa dan selalu memberi semangat sehingga skripsi ini dapat berhasil dibuat.
5. Teman-teman seperjuangan. Cinthia Louis, Clara Alverina, Berlianna Veronika, William Lim, Ivander Wijaya, Karis Artha, Maverick

Jonathan, Melisa Lukman, Garry Kurniawan yang berusaha untuk selalu ada untuk peneliti baik saat senang, sedih, ataupun kesusahan.

6. Teman-teman peneliti. Jemmy Hartanto, Willy Thomas, William Sutandar, Richard Kusmadi, Eunike, Vebrin, Thomas, Jonathan, Cynthia Tania, Stephanie, Fla Tasha, Marissa, dan teman-teman sejurusan Public Relations 2011 lainnya yang selalu mengingatkan dan memotivasi peneliti, juga selalu memberikan kekuatan dengan keceriaan dan ucapan-ucapan positif di saat peneliti mulai letih.
7. Teman-teman pemuda rohani GKB Anugerah. Valenia Febe, Priscilla, Dennis, Joudy, Heru, Gracia dan teman-teman pemuda rohani lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu sehingga kehadiran dan senyuman kalian selalu menjadi hiburan dan motivasi bagi peneliti.
8. UMN *Library Service Officer*. Saif Haromain Al Fashli & Dony Pratidana yang setia dan berbaik hati membantu peneliti dalam mencari referensi-referensi buku sehingga lebih mudah untuk didapatkan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam pemberian informasi dan dapat menjadi inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 22 Januari 2015

Peneliti

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“Implementasi Penggunaan Media Sosial Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) dalam Menjangkau Konsumen Muda (Studi Kasus: Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) periode bulan Maret – September 2014)”**

oleh

**Christy**

telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 22 Januari 2015

Ketua Sidang



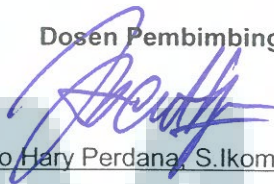
Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



Kartika Aryani, S.Sos., M.I.Kom.

Dosen Pembimbing



Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	16
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	16
BAB II KERANGKA TEORI .....	18
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Konsep .....	25
2.2.1 Public Relations .....	26
2.2.2 <i>Online</i> Public Relations (E-PR) .....	31
2.2.3 Teori Media Baru ( <i>New Media Theory</i> ) .....	33
2.2.4 Internet .....	36
2.2.5 Media Sosial .....	38
2.2.6 <i>Social Networking</i> .....	45
2.2.7 Facebook .....	47
2.2.8 Facebook Fanpage .....	50
2.2.9 <i>Social Media Strategy Wheel Model</i> .....	55
2.3 Kerangka Pemikiran .....	60

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	62
3.1 Jenis & Sifat Penelitian .....	62
3.2 Metode Penelitian .....	65
3.3 Key Informan dan Informan .....	67
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.5 Keabsahan Data .....	70
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	72
3.7 Fokus Penelitian .....	74
3.8 Waktu dan Tempat Penelitian .....	74
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 75
4.1 Objek Penelitian .....	75
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	82
4.1.1.1 Visi Perusahaan .....	82
4.1.1.2 Misi Perusahaan .....	82
4.1.2 Nilai-nilai Perusahaan .....	82
4.1.3 Budaya Kerja Perusahaan .....	83
4.1.4 Struktur Organisasi .....	85
4.1.5 <i>Divisi Social Media IBC Team</i> .....	89
4.2 Hasil Penelitian .....	90
4.2.1 #IBCQuiz .....	99
4.2.2 #ElectionSelfie .....	102
4.2.3 #IBCPhoto .....	107
4.2.4 #IBCStory .....	111
4.2.5 Voucher Makan Gratis .....	116
4.3 Pembahasan .....	120

4.3.1 Strategi Facebook Fanpage IBC dalam Memperluas Pangsa Pasar .....	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	157
5.1 Kesimpulan .....	157
5.2 Saran .....	159
5.2.1 Saran Akademis .....	159
5.2.2 Saran Praktis .....	159
DAFTAR PUSTAKA .....	162

UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2014.....	6
Gambar 1.2 Data statistik pengguna Facebook tahun 2014 .....	7
Gambar 1.3 Halaman Facebook Fanpage Bumbu Desa .....	9
Gambar 1.4 Halaman Facebook Fanpage Bandar Djakarta .....	10
Gambar 1.5 Promo Diskon Besar Setiap Hari di Facebook Fanpage Bandar Djakarta .....	11
Gambar 1.6 Posting Facebook Fanpage Rasane .....	12
Gambar 1.7 Proses Pencarian Facebook Fanpage Aroma Pondok Sunda .....	13
Gambar 2.1 Elemen <i>Online</i> Public Relations .....	32
Gambar 2.2 Social Media Strategy Wheel Model .....	55
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	61
Gambar 3.1 Analisis Data Kualitatif.....	72
Gambar 4.1 Logo Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) .....	75
Gambar 4.2 Logo Lama Restoran Ikan Bakar Cianjur.....	76
Gambar 4.3 Logo Baru Restoran Ikan Bakar Cianjur .....	77
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Restoran Ikan Bakar Cianjur (IBC) .....	85
Gambar 4.5 Grafik <i>Feedback (Likes, Comments and Shares)</i> Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur per bulan Maret- September 2014.....	93
Gambar 4.6 Grafik <i>Aktivitas (Posts, Likes, Comments, Shares, etc.)</i> Facebook Fanpage Restoran Ikan Bakar Cianjur per bulan Maret-September 2014 .....	93

Gambar 4.7 Tagline IBC .....	97
Gambar 4.8 #IBCPhoto .....	102
Gambar 4.9 #ElectionSelfie .....	106
Gambar 4.10 #IBCPhoto .....	110
Gambar 4.11 #IBCStory .....	116
Gambar 4.12 Voucher Makan Gratis IBC .....	119
Gambar 4.13 Gambar Posting Facebook Fanpage IBC mempromosikan program Instagram IBC .....	142
Gambar 4.14 Gambar Report Facebook Insight per 15 Sep-21 Sep'14 .....	147
Gambar 4.15 Contoh Posting Facebook Fanpage IBC Mengumumkan Program #ElectionSelfie .....	150
Gambar 4.16 Post IBC Menyapa Konsumen Online .....	153
Gambar 4.17 Grafik Pertumbuhan Jumlah Fans Pada <i>Fan Page</i> Facebook .....	156

UMMN



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Hasil Penelitian .....	23
Tabel 4.1 Data Pertumbuhan <i>Likes</i> Facebook Fanpage Ikan Bakar Cianjur .....	155



UMN