



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
FRANCHISE TRAFFIC BUN DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER PADA INSTAGRAM @*trafficbun.id***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Hery Saputra

NPM.193516516212

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY FRANCHISE TRAFFIC BUN IN INCREASING
CUSTOMERS ON INSTAGRAM @trafficbun.id**

THESIS

Submitted to Fulfill one of the conditions of obtaining
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom.)

Hery Saputra

NPM.193516516212

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION STUDY PROGRAM**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hery Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516212
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise Traffic Bun* Dalam Meningkatkan *Customer* Pada Instagram *@trafficbun.id*
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 07 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Djudjur L. Radjaguguk, S.Sos. M.Si.

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hery Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516212
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise Traffic Bun* Dalam Meningkatkan *Customer* Pada Instagram @trafficbun.id
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 25 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hery Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516212
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise Traffic Bun* Dalam Meningkatkan *Customer* Pada Instagram @trafficbun.id

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 17 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 25 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

Penguji I : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Djudjur L. Radjaguguk, S.Sos., M.Si.

Yuli 25/2/23
Yayu
Djudjur

Keterangan:

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Hery Saputra
NPM : 193516516212
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 17 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU FRANCHISE TRAFFIC BUN
DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER PADA INSTAGRAM @trafficbun.id

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FRANCHISE TRAFFIC
BUN IN INCREASING CUSTOMERS ON INSTAGRAM @trafficbun.id

TANDA TANGGAPAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 21-2-2023	TGL :	TGL : 25-2-2023
		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Hery Saputra

NPM : 193516516212

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise Traffic Bun*

Dalam Meningkatkan *Customer* Pada Instagram @trafficbun.id.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 07 Februari 2023



Official stamp of Universitas Nasional, Jakarta, with handwritten signature and the text "METERAN PERSEK" and "C23/00271019530".

Hery Saputra




UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Hery Saputra
No. Pokok : 193516516212
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 4 Januari 2001
Alamat Rumah : Jl. i Barat, No. 5, Kebon Baru, Tebet,
Jakarta Selatan
Telepon Rumah :-
Telepon Kantor :-
HP :- 085161453394
Alamat Kantor :-
E-mail : herysaputra0336@gmail.com

Jakarta, 25 Februari 2023

Alumni,


.....
Hery Saputra

ABSTRAK

Nama : Hery Saputra
No. Pokok Mahasiswa : 193516516212
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise*

Traffic Bun Dalam Meningkatkan *Customer* Pada
Instagram @*trafficbun.id*.

<p>Kata Kunci Media Sosial, <i>Traffic Bun</i>, <i>Integrated Marketing Communication</i>.</p>	<p>Media sosial tak sekedar dipakai sebagai alat komunikasi saja terhadap penggunaannya, tetapi dapat dijadikan semacam kegiatan bisnis melalui media sosial sehingga dapat bekerja secara efisien dan efektif. Pada saat ini untuk menjadi seorang <i>influencer</i> atau yang sekarang kita kenal dengan sebutan <i>selebgram</i> sudah banyak sekali. Bahkan banyak sekali <i>selebgram</i> yang membuka bisnisnya dengan memanfaatkan akun media sosialnya sendiri untuk membuat bisnisnya digemari dan diminati oleh semua orang. Salah satu <i>influencer</i> yang dikenal dengan segudang konten lucunya ialah Fadil Jaidi yang memiliki <i>followers</i> sejumlah 8,1 juta. <i>Traffic Bun</i> merupakan restoran yang bernuansa Amerika Serikat ini menyajikan menu makanan dengan mengambil nama jalan dan kota di Amerika. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran terpadu <i>franchise Traffic Bun</i> dalam meningkatkan <i>customer</i> pada instagram @<i>trafficbun.id</i>. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Integrated Marketing Communication</i>. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil data melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa <i>Traffic Bun</i> merupakan sebuah brand makanan dibawah naungan dari PT. Nikmat Group dengan memilih Fadil Jaidi sebagai <i>brand ambassador</i>. Selain itu <i>Traffic Bun</i> memilih strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan <i>customer</i> pada instagram @<i>trafficbun.id</i> dengan menggunakan <i>integrated marketing communication</i>. Sebab <i>integrated marketing communication</i> merupakan salah satu strategi yang sangat efektif sebagai wadah untuk memulai bisnis dalam berkembangnya zaman saat ini yang serba digital. Terutama media sosial instagram yang dijadikan salah satu <i>platform</i> media pemasaran dari <i>Traffic Bun</i>. <i>Traffic Bun</i> berhasil melakukan komunikasi pemasaran yang berjalan dengan baik dengan 3 tahapan dari strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan <i>customer</i> pada instagram @<i>trafficbun.id</i> dan terdapat 4P dari <i>marketing mix</i> yang digunakan oleh <i>Traffic Bun</i> di instagram untuk meningkatkan <i>customer</i>. 4P dari <i>marketing mix</i> yang digunakan tersebut terdiri dari <i>produk</i>, <i>price</i>, <i>promotion</i>, dan <i>physical evidence</i>. Oleh sebab itu, masih terdapat sisa pemasaran <i>marketing mix</i> yang tidak dilakukan oleh pihak <i>Traffic Bun</i> dan satu tahapan pelaksanaan yang tidak dilakukan sehingga pemasaran melalui instagram untuk meningkatkan <i>customer</i> dapat berjalan dengan baik.</p>
Pembimbing	Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

Name : Hery Saputra
Student Identification Number : 193516516212
Study Program : Communication Studies
Thesis : Integrated Marketing Communication

Strategy Franchise Traffic Bun On

Instagram @trafficbun.id.

<p>Key Word Social Media, Traffic Bun, Integrated Marketing Communication.</p>	<p>Social media is not only used as a communication tool for its users, but can be used as a kind of business activity through social media so that it can work efficiently and effectively. At this time, there are a lot of opportunities to become an influencer or what we now know as a celebrity. There are even lots of celebrities who open their businesses by utilizing their own social media accounts to make their business popular and in demand by everyone. One influencer who is known for a myriad of funny content is Fadil Jaidi who has 8.1 million followers. Nikmat Group called Traffic Bun. This American-inspired restaurant serves a food menu by taking the names of streets and cities in America. The purpose of this research is to find out and analyze the Traffic Bun franchise marketing communication strategy in increasing customers.</p> <p>The theory used in this research is Integrated Marketing Communication. This study used a qualitative descriptive method by collecting data through interviews and documentation. Based on the results of the research that has been done, it can be concluded that Traffic Bun is a food brand under the auspices of PT. Nikmat Group by selecting Fadil Jaidi as brand ambassador. In addition, Traffic Bun chose an integrated marketing communication strategy to increase customers on Instagram @trafficbun.id by using integrated marketing communication. Because integrated marketing communication is a very effective strategy as a place to start a business in today's all-digital development. Especially Instagram social media which is used as a marketing media platform from Traffic Bun. Traffic Bun has succeeded in carrying out marketing communications that are going well with 3 stages of an integrated marketing communication strategy in increasing customers on Instagram @trafficbun.id and there are 4P's of the marketing mix used by Traffic Bun on Instagram to increase customers. The 4P's of the marketing mix used consist of product, price, promotion, and physical evidence. Therefore, there are still marketing mix residues that were not carried out by Traffic Bun and one stage of implementation that was not carried out so that marketing via Instagram to increase customers can run well.</p>
<p>Mentor</p>	<p>Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si</p>

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan seru sekalian alam. Atas nikmat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Franchise Traffic Bun* Dalam Meningkatkan *Customer* Pada Instagram *@trafficbun.id*” Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi sidang skripsi untuk memperoleh nilai serta supaya dapat memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional;
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;

5. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, sebagai ketua Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
7. Bapak Humaini, S.Sos.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan;
8. Ibu Djudjur L. Radjaguguk, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini;
9. Kedua orang tua yang selalu membantu dalam jerih payahnya, keringatnya, doa dan harapannya, semangat yang selalu diberikan yang memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini sesegera mungkin;
10. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis
11. Sahabat-sahabat terdekat saya di antaranya Ahmad Junaedi, Ayez, Aldi Raihan Kausar, Sesa Hardina, Farah Fitria, Claresta Chintamani, Revani, Rezzy, Anella, Wahyu Shinta Dewi Muliamar, Niken, Zhafira, Nungky, Calvin, Nadia, Selvy, Wina, Fitri, Dinda, Kanaya, Fajri, Aldy, Nurul, Laras, Rafly, Ryzqa, Ilhamsyah, Fiqih, dan Gita yang senantiasa telah mendukung dan membantu penulis dalam skripsi ini;
12. Teman-teman penulis khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Angkatan 2019;

Semoga skripsi yang telah dikerjakan, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya, maka dari itu kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan ke email herysaputra0336@gmail.com



Jakarta, 07 Februari 2023

Hery Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN BIODATA ALUMNI MAHASISWA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Praktis.....	14

1.4.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	26
2.3 <i>Franchise</i>	41
2.4 Meningkatkan <i>Customer</i>	43
2.5 Media Sosial.....	47
2.6 Kerangka Pemikiran	52
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Pendekatan Paradigma.....	54
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	55
3.4 Penentuan Informan.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Wawancara	56
3.5.2 Dokumentasi.....	57
3.6 Teknik Analisis Data	57
3.6.1 <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	58
3.6.2 <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	58
3.6.3 Penarikan Kesimpulan.....	59
3.7 Teknik Keabsahan Data	59
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum	61
4.1.1 Sejarah <i>Traffic Bun</i>	61
4.1.2 Visi dan Misi <i>Traffic Bun</i>	62
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Traffic Bun</i>	63
4.1.4 Gambaran Umum Produk <i>Traffic Bun</i>	63
4.1.5 Makna Logo <i>Traffic Bun</i>	64

4.2 Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Franchise Traffic Bun</i> Dalam Meningkatkan Customer Melalui Instagram.....	65
4.3. Pembahasan	114
BAB V PENUTUP	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022.....	3
Gambar 1.2	<i>Platform</i> Media Sosial yang paling banyak digunakan di Indonesiapada tahun 2022	3
Gambar 1.3	Media Sosial dari Instagram Fadil Jaidi.....	5
Gambar 1.4	Channel Youtube dari Fadil Jaidi	6
Gambar 1.5	Konten Youtube dari Fadil Jaidi.....	6
Gambar 1.6	Komentar terkait video Fadil membuat burger bersama <i>chief</i> Juna	7
Gambar 1.7	Podcast Fadil dengan Deddy Corbuzier.....	9
Gambar 1.8	Media Sosial dari Instagram <i>Traffic Bun</i>	10
Gambar 1.9	Media Sosial dari Tiktok <i>Traffic Bun</i>	11
Gambar 1.10	Data pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022	13
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 4.1	<i>Burger</i> dari <i>Traffic Bun</i>	64
Gambar 4.2a	Logo <i>Traffic Bun</i>	64
Gambar 4.2b	<i>Tagline</i> <i>Traffic Bun</i>	64
Gambar 4.3	Akun Instagram dari @ <i>trafficbun.id</i>	71
Gambar 4.4	Produk Menu dari <i>Traffic Bun</i>	73

Gambar 4.5a	<i>Packing box</i> dari <i>Traffic Bun</i>	77
Gambar 4.5b	Plastik dari <i>Traffic Bun</i>	77
Gambar 4.6	Foto Fadil Jadi yang menjadi <i>brand ambassador Trafficc Bun</i> ...	83
Gambar 4.7	<i>Postingan Burger Black Montana</i>	84
Gambar 4.8	<i>Postingan Banner Online</i> di Akun Instagram <i>@trafficbun.id</i>	87
Gambar 4.9	<i>Copywriting</i> Pada Instagram <i>@trafficbun.id</i>	89
Gambar 4.10	<i>Promotion</i> dari <i>Traffic Bun</i>	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	18
-----------	---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SURAT KETERSEDIAAN PEMBIMBING SKRIPSI
- Lampiran 2 SURAT PERMOHONAN PENELITIAN
- Lampiran 3 SURAT KONSULTASI BIMBINGAN
- Lampiran 4 DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA
- Lampiran 5 TRANSKIP WAWANCARA
- Lampiran 6 STRUKTUR ORGANISASI
- Lampiran 7 DOKUMENTASI PENELITIAN
- Lampiran 8 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

