



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA MCDONALDS**

KEMANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

GATASA RUSWANDY

183112351650047

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PRODI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN INCREASING THE
NUMBER OF CUSTOMERS AT MCDONALDS KEMANG**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of Communication Science
(S.Ikom)

GATASA RUSWANDY

183112351650047

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Gatasa Ruswandy
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada McDonalds Kemang
Ditujukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk Memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dekan FISIP

Dra. Masnah, M.Si.



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh : Gatasa Ruswandy
NPM : 183112351650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN PADA MCDONALDS
KEMANG

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M. ()

Pembimbing I/ Penguji I : Umar Fauzi Bahanan, S.Sos.,M.Si. ()

Pembimbing II/ Penguji II : Dra. Masnah, M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23/02/2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Gatasa Ruswandy
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650047
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada McDonalds Kemang

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 23 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 13 Maret 2023.....

Ketua Sidang : Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M.

Penguji I : Umar Fauzi Bahanan, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dra. Masnah, M.Si.

Keterangan:

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa/i : Gatasa Rufwandy

Nomor Pokok Mahasiswa/i : 183112351650047

Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul : Strategi Marketing Public Relations
Dalam Meningkatkan Pelanggan pada McDonalds Kemang

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 9 Februari 2023



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat mencapai tahap ini dan menyelesaikan penulisan skripsi saya yang berjudul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA MCDONALDS KEMANG”**. Maksud dari penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak sekali bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini perkenankan penulis dengan penuh rasa hormat menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Dra. Masnah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, dukungan, kritikan, saran serta bimbingan kepada penulis dengan sabar, tulus dan ikhlas sehingga skripsi terselesaikan dengan baik.

6. Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
7. Umar Fauzi Bahanan, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
9. Ibu saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
10. Bapak RGM, Bapak dan Ibu Manager McDonalds Kemang serta seluruh Teman-teman Crew sekalian yang sudah membantu dan mendukung penulisan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, Februari 2023

Gatasa Ruswandy

ABSTRAK

Nama : Gatasa Ruswandy
NPM : 183112351650047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan

Jumlah Pelanggan Pada Mcdonalds Kemang

<p>Kata Kunci : <i>Strategi Marketing</i> <i>,Public Relations,</i> <i>Marketing Public</i> <i>Relations</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan pada McDonalds Kemang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Three Ways Strategy yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris. Three Ways Strategy tersebut terdiri dari Pull Strategy (menarik), Push Strategy (mendorong) dan Pass Strategy (membujuk) dalam kegiatan marketing Public Relations. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan pada McDonalds Kemang memiliki beberapa bentuk strategi seperti menjaga kepercayaan tamu, memberikan pelayanan yang terbaik, serta mensponsori event kegiatan masyarakat. Dari langkah tersebut dilakukan analisa data dengan menggunakan model analisa interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman meliputi proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dra, Masnah, M.Si.</p>

ABSTRACT

Name : Gatasa Ruswandy
NPM : 183112351650047
Study Program : Communication
Title : Marketing Public Relations Strategy in Increasing the
Number of Customers at Mcdonalds Kemang

Keywords : Marketing Strategy, Public Relations, Public Relations Marketing	This study aims to find out how the Public Relations Marketing Strategy in Increasing the Number of Customers at McDonalds Kemang. The theory used in this study is the Three Ways Strategy theory put forward by Thomas L. Harris. The Three Ways Strategy consists of a Pull Strategy, a Push Strategy and a Pass Strategy in marketing Public Relations activities. This study uses a type of qualitative research with a descriptive approach, with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Based on the results of the study it can be concluded that Marketing Public Relations in increasing the number of customers at McDonalds Kemang has several forms of strategy such as maintaining guest trust, providing the best service, and sponsoring community activity events. From this step, data analysis was carried out using an interactive analysis model developed by Miles and Huberman including the process of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.
Mentor	Dra. Masnah, M.Si.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSERTUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Teori yang digunakan.....	11
2.2.1 Teori Marketing Public Relations Three Ways Strategy.....	11
2.2.2 Strategi	14
2.2.3 Public Relations.....	16
2.2.4 Marketing Public Relations	24
2.2.5 Pelanggan.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2 Jenis Penelitian.....	46
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4 Jenis Data	49
3.5 Narasumber	50
3.5 Analisis Data.....	51
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	53
3.7 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1 Tentang McDonalds Kemang	56
4.1.2 Logo McDonalds.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.3 Visi dan Misi McDonalds	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.4 Struktur Organisasi McDonalds.....	60
4.2 Profil Informan Penelitian.....	61
4.3 Penyajian data dan Hasil Penelitian	61
4.3.1 Strategi Promosi Penjualan McDonalds Kemang Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan	62

4.3.2 Strategi Marketing Public Relations McDonalds Kemang Dalam meningkatkan Jumlah Pelanggan.....	66
4.3.2.1 <i>Push Strategy</i> (menarik) dalam meningkatkan pelanggan McDonalds Kemang	67
4.3.2.2 <i>Pull Strategy</i> (mendorong) dalam meningkatkan pelanggan McDonalds Kemang	69
4.3.2.3 <i>Pass Strategy</i> (mempengaruhi) dalam meningkatkan pelanggan McDonalds Kemang	74
4.4 Pembahasan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN 90	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
--------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan McDonalds Kemang.....	4
Gambar 1.1.2 Grafik Penjualan McDonalds Kemang.....	5
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	44
Gambar 3.8.2 Jadwal Penelitian.....	54
Gambar 4.1.1 Gambaran McDonalds Kemang.....	57
Gambar 4.1.2 Logo McDonalds.....	58
Gambar 4.1.4 Struktur Organisasi McDonalds Kemang.....	60
Gambar 4.3.1 Strategi Promosi Pengarahan menggunakan Aplikasi McDonalds dan Cara Memberikan Pelayanan yang Baik.....	62
Gambar 4.3.1.2 Kegiatan McKidz McDonalds Kemang.....	65
Gambar 4.3.2.1 Reward yang didapat sesuai Poin yang dimiliki.....	68
Gambar 4.3.2.2 Promosi Periklanan di Media Sosial Instagram.....	70
Gambar 4.3.2.3 Promosi pada Layanan Pesan Antar.....	72
Gambar 4.3.2.4 Pemaparan lewat sticker logo McDonalds.....	74
Gambar 4.3.1.2 Kegiatan McKidz McDonalds Kemang.....	76
Gambar 4.3.2.4 Fasilitas Ulang Tahun di McDonalds Kemang.....	77