

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdurrahman Fatoni. 2011. Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: Rineka Cipta .Hlm. 104
- Deddy Mulyana, 2001. Metode Penelitian Kualitatif, Remaja Rosdakarya. Hlm. 59
- Firmansyah Anang. 2020. Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kuswarno, Engkus. 2009. Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian, Bandung: Widya Padjajaran. Hlm 22
- Kertonegoro S. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Haji Mas Agung. Hlm 225
- M. Anang Firmansyah. 2019 Pemasaran (dasar dan konsep), Pasuruan: Qiara media. Hlm. 279
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. Hlm 67
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif*. (diterjemahkan Oleh: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia. Hlm 16
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. Hlm. 15
- Oesman, Yevis Marty. 2010. Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency. Bandung: Alfabeta. Hlm 119
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, terj. Benyamin Molan Jakarta: Indeks. Hlm 298
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2005. Marketing Manajemen. Jakarta: Pearson International Edition. Hlm 298
- Prawirosentono, 2009. Kebijakan Volume Penjualan Karyawan. Yogyakarta: Cetakan Pertama BPFE. Hlm 137

Rulli Nasrullah. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Siosioteknologi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 1

Sari Daryanto, 2011. Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Hlm 6

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2015. Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta. Hlm 308

Widodo, 2001. Good Governance, Telaah dari Dimensi, Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah (Surabaya: Ihsan Cendikia), hal 47

WEBSITE:

Yohana asmaradewi “peran instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada cafe masbro” (skripsi, universitas semarang 2019)

JURNAL:

Erlangga, C. Y. (2017). PROMOSI PENJUALAN MELALUI JEJARING SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif Promosi Penjualan melalui Jejaring Sosial Instagram pada “PT JHD RANDOL”). Jurnal Komunikasi, 8(1).

Fanny Aulia Putri, “Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial”, Jurnal Risalah, (2014), 3.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. Jurnal Manajemen Dan Inovasi (*MANOVA*), 3(2), 23-31.

Sagiyanto, A., & Sulfiah, A. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun@ Haus. Indonesia. Jurnal Akrab Juara, 5(2), 97-114.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PROfesi Humas*, 3(1), 102-119.

Yunita Nainggolan, “ Penggunaan Media Sosial Instagram untuk menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur”, eJournal Ilmu Komunikasi, 6(3), 2018, Hal. 1

CATATAN LAPANGAN (FIELD NOTES)

Tanggal : 1 Desember 2022

Waktu : 09.00 – selesai.

Di tengah kesibukan yang dimiliki, peneliti meluangkan waktunya untuk melihat Instagram @WingstopId yang merupakan objek penelitian ini. Hari ini, banyak sekali pengunjung di Instagram @WingstopId karena baru saja kemarin @WingstopId melakukan sejumlah promo di Instagram. @WingstopId merupakan sebuah perusahaan makanan dan minuman yang bergerak di bidang restaurant dan memiliki followers 142 ribu. Saat itu, pengunjung dari media sosial @WingstopId sangat ramai sekali chat melalui direct message. Karena pada hari itu sedang ada promo yang cukup besar yang diadakan oleh Wingstop. Peneliti melihat banyak chat yang berdatangan di Instagram @WingstopId.

Dalam unggahannya, @WingstopId telah membagikan sebanyak 777 unggahan melalui akun Instagramnya tersebut. Dari seluruh unggahan ini Wingstop melakukan berbagai macam promosi. Selain melakukan promosi, @WingstopId juga aktif membagikan informasi seputar produk dan seputar promo yang sedang berlangsung kepada pelanggannya. Promosi dan seputar informasi dibagikan melalui fitur Instagram *post*, *instastory* dan Instagram *reels*.

Dari keseluruhan promosi dalam akun Instagram @WingstopId, peneliti juga melihat adanya Interaksi Sosial yang terjadi antara Wingstop dengan pengikutnya. Interaksi paling banyak ditemukan pada fitur komentar melalui postingan Wingstop, lalu pada fitur *direct message* banyaknya pesan yang masuk dan melalui fitur *likes* banyaknya jumlah likes pada postingan Wingstop. Selain itu ditemukannya unsur Integrasi Sosial pada akun Instagram @WingstopId.

Peneliti melihat Integrasi Sosial dari akun @WingstopId menciptakan kedekatan antar pelanggan sesama penggemar Wingstop melalui Giveaway yang diadakannya, yang nantinya akan mempertemukan pelanggan yang menang Giveaway tersebut secara langsung untuk pengambilan hadiah berupa voucher. Dalam unggahan tersebut, banyak pengguna yang mengajak pengguna lainnya untuk mengikuti Giveaway tersebut dimana menembus jumlah comment hingga seribu komentar.

Selain itu, peneliti juga datang langsung ke toko Wingstop South Quarter yang berada di Kawasan Cilandak, Jakarta Selatan dan melihat banyaknya pelanggan yang membeli produk karena promo melalui media sosial, lalu adanya interaksi sosial yang terjadi antara pelanggan dan penjual. Interaksi dalam menanyakan promo yang berlangsung, ataupun produk yang tersedia.

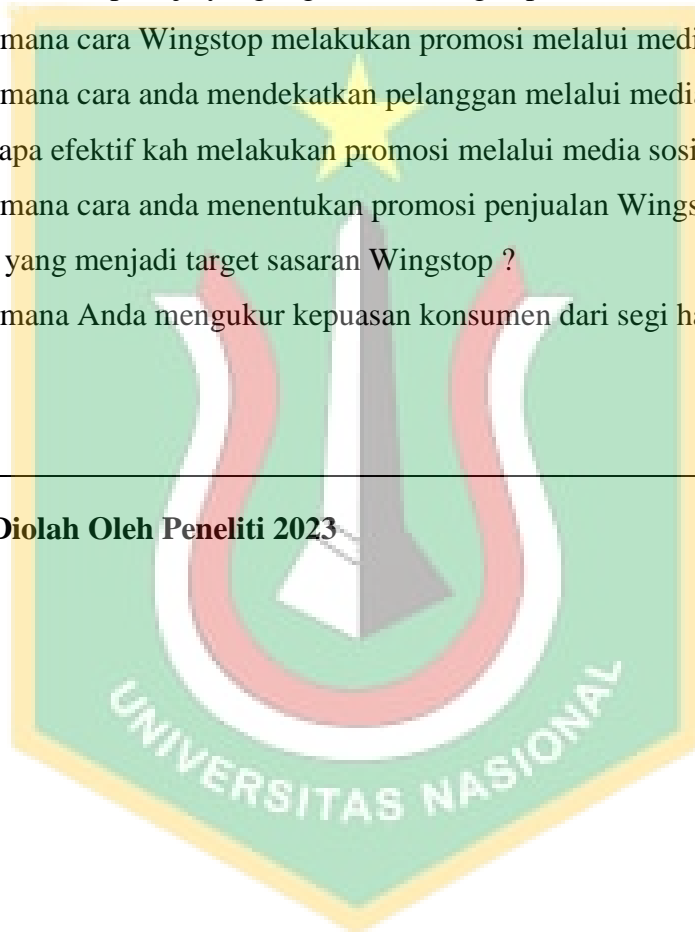
Sumber : Diolah oleh peneliti 2022

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Pokok 1

1. Apa tujuan Wingstop melakukan promosi melalui media sosial ?
2. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi penjualan Wingstop ?
3. Media sosial apa saja yang digunakan Wingstop untuk melakukan promosi?
4. Bagaimana cara Wingstop melakukan promosi melalui media sosial ?
5. Bagaimana cara anda mendekati pelanggan melalui media sosial ?
6. Seberapa efektif kah melakukan promosi melalui media sosial ?
7. Bagaimana cara anda menentukan promosi penjualan Wingstop ?
8. Siapa yang menjadi target sasaran Wingstop ?
9. Bagaimana Anda mengukur kepuasan konsumen dari segi harga produk ?

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023



LAMPIRAN

Lampiran 2 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Pokok 2

1. Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Wingstop ?
2. Apakah promosi yang dilakukan @WingstopId berpengaruh terhadap toko anda ?
3. Sebagai Restaurant Manager, apakah anda ikut andil dalam mempromosikan Wingstop ?
4. Menurut anda, apakah promosi yang dilakukan Wingstop di Instagram dan Tiktok sudah maksimal ?
5. Menurut anda, bagaimana Giveaway yang diadakan Wingstop selama ini ?
6. Apakah ada penjualan perseorangan/personal selling dalam penjualan Wingstop ? jika ada bagaimana ?
7. Apakah Wingstop melakukan penjualan secara langsung/direct marketing dalam mempromosikan produknya, seperti telfon, email, dan sarana komunikasi lainnya yang bisa langsung berinteraksi saat itu juga ? (Pemasaran Langsung)
8. Bagaimanakah cara yang digunakan Wingstop Gran Rubina dalam menarik minat beli konsumen?
9. Apa harapan Wingstop kedepannya dalam memaksimalkan promosi produk di era digital saat ini ?

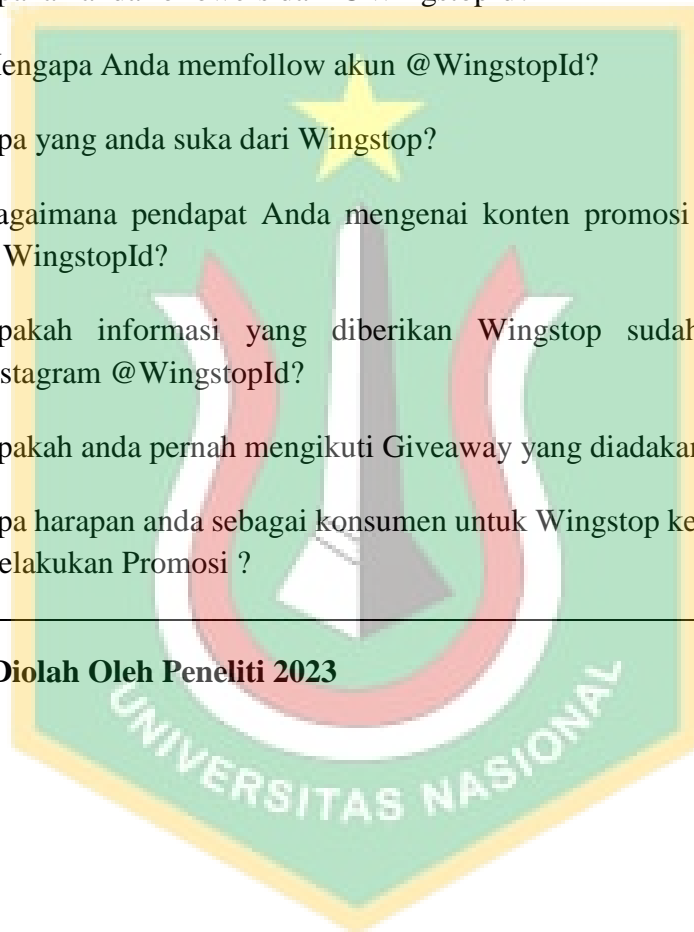
Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023

LAMPIRAN

Lampiran 3 Pedoman Pertanyaan Wawancara Informan Kunci 1&2

1. Sejak kapan anda mengetahui Wingstop?
2. Apakah anda followers dari @WingstopId?
3. Mengapa Anda memfollow akun @WingstopId?
4. Apa yang anda sukai dari Wingstop?
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai konten promosi yang dilakukan @WingstopId?
6. Apakah informasi yang diberikan Wingstop sudah jelas melalui Instagram @WingstopId?
7. Apakah anda pernah mengikuti Giveaway yang diadakan Wingstop?
8. Apa harapan anda sebagai konsumen untuk Wingstop kedepannya dalam melakukan Promosi ?

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023



Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok 1

| | |
|--|---|
| Nama Informan | : Andry Mahesa / Informan Pokok 1 |
| Jabatan | : Staff Marketing Media Sosial Wingstop |
| Usia | : 25 Tahun |
| <p>1. Apa tujuan Wingstop melakukan promosi melalui media sosial ?</p> <p><i>“Wingstop melakukan promosi penjualan melalui Instagram dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan kepada pengguna Instagram dan pastinya untuk meningkatkan penjualan, jadi kita tuh setiap hari selalu posting promo promo yang sedang berlangsung di Instagram baik lewat foto atau video dengan tujuan untuk memberi info ke followers kita seputar promosi secara detail melalui Instagram. Selain memberi informasi promo, WingstopId selalu berkomunikasi dengan pelanggan melalui Instagram. Segala info yang terkait Wingstop seperti jam operasional toko ataupun cara membeli melalui ojek online dan membeli langsung ke toko itu pasti kita posting di Instagram karna melalui akun Instagram, informasi jadi mudah kita sampaikan dan terjalannya komunikasi dengan followers/pelanggan tanpa harus tatap muka. Jadi followers/pelanggan kita gausah repot repot datang ke toko untuk mendapatkan seputar informasi produk yang tersedia ataupun promosi yang sedang berlangsung di Wingstop karena semuanya tuh pasti kita infor lewat Instagram setiap harinya.”</i></p> <p>2. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi penjualan Wingstop?</p> <p><i>“Yang pertama pasti adalah head of marketing aku, head of marketing aku tuh dia yang menentukan berbagai macam promosi yang berjalan di Wingstop, berjalan di segala macam lini ya dari segala sosial media dan dibantu asisten manager aku. Itu menentukan gimana sih cara cara promosi yang harus kita lakukan, apa sih strategi yang harus kita lakukan.”</i></p> <p>3. Media sosial apa saja yang digunakan Wingstop untuk melakukan promosi?</p> <p><i>“Media sosial yang sangat amat kita gunakan saat ini adalah Instagram ya, karena Instagram itu udah menjadi sebuah hal yang penting banget sih untuk anak anak muda jaman sekarang ya, kaya kita tuh gabisa lepas dari handphone dan kemudian dari media sosial seperti Instagram. Dan kita juga memasarkan promosi kita melalui Tiktok, karena kan tiktok lagi booming banget ya, apa apa semua hal berbau tiktok jadi kita memasarkan media promosi kita semua di Instagram, promo kita semua blast di Instagram. Di tiktok kita ngegunain apa sih yang lagi trending, dance dance apa yang lagi trending itu kita bikin create promo itu dengan yang sedang trend saat ini</i></p> | |

di Tiktok dan Instagram.”

4. Bagaimana cara Wingstop melakukan promosi melalui media sosial?

“Nah itu yang tadi, jadi kita mengikuti dari Instagram itu sendiri. Kita gamau munafik juga ya, kita mengikuti rival kita atau kaya ibaratnya brand brand lain itu kita ikutin dari bentukan promonya seperti apa, bagaimana cara mereka memasarkannya itu kita juga gamau munafik kita mengikuti mereka sebagian, sebagian ya tapi ga seluruhnya kaya mereka tuh gimana sih cara mempromosikannya. Terus untuk yang di Tiktok itu sendiri, kita biasanya mengikuti trend trend misalkan dance apa aitu kita padu padankan kita mix dengan promo kita dengan promo-promo yang sedang berjalan.”

5. Bagaimana cara Wingstop mendekatkan pelanggan melalui media sosial?

“Untuk menciptakan kedekatan pelanggan, jadi tuh kita menciptakan kedekatan pelanggan dengan cara mengadakan giveaway melalui Instagram setiap minggunya, Giveaway adalah salah satu strategi marketing yang efektif ya untuk meningkatkan followers, meningkatkan penjualan, atau cara kita untuk ingin lebih dekat dengan pelanggan. Jadi kita menyuruh para peserta yang ikut Giveaway dengan syarat memfollow akun WingstopId, like, comment dan mention teman teman mereka, sehingga bagi mereka yang nantinya belum tau apa itu Wingstop dengan Giveaway yang kita adakan akan jadi tahu apa itu Wingstop. Selain itu kita juga nanti akan mempertemukan para pelanggan yang menang Giveaway ini secara langsung di toko untuk memberikan hadiah yang kita berikan berupa voucher belanja di Wingstop, tentu ini salah satu cara kita menciptakan kedekatan antar pelanggan dengan mempertemukan mereka. Ini akan membuat mereka akan mengenali satu sama lain, yang tadinya tidak kenal menjadi kenal dan berteman dengan Giveaway yang kita adakan ini sehingga dengan demikian akan menciptakan kedekatan emosional dan rasional antara pelanggan dengan produk atau layanan yang ada dan peluang mereka untuk melakukan pembelian ataupun mengonsumsi produk akan sangat besar”

6. Seberapa efektif kah melakukan promosi melalui media sosial?

“Efektif banget ya karena Ketika anak anak muda jaman sekarang liat Instagram pasti apa yang mereka lihat adalah apa yang mereka sedang buka ya. Misalnya contoh mereka buka tentang makanan makanan, kita memasarkan produk produk kita tuh di Instagram dan di tiktok, itu efektif banget jadi kaya misalkan ada promo promo yang sedang berjalan Ketika mereka membuka Instagram mereka pasti kan otomatis kita akan muncul di timelinenya mereka kan, itu udah efektif banget sih. Kita ada data seberapa efektifnya, seberapa engagenya , engange itu seberapa menarik yang

customer akhirnya tuh dateng itu sekitar 13% dari Instagram, itu kan udah lumayan ya nge engage beberapa customer kita untuk dateng ke Wingstop.”

7. Bagaimana cara anda menentukan promosi penjualan Wingstop?

“Pasti ada ya hambatan hambatan. Apa sih hambatan terbesar kita. Hambatan terbesar kita adalah yang pasti pandemi. Pandemi ini sangat amat berimpact besar ya selama 2 tahun ini yang bikin sales atau semua brand ya kebanyakan kurangnya bergairah buat berbelanja atau untuk konsumsi atau untuk berbelanja kemanapun terutama di Wingstop. Dan hambatannya terbesarnya juga, kita juga kan lumayan ya dari segi Price, saat ini kita sedang menentukan strategi juga untuk menurunkan beberapa harga produk produk kita terutama dari ayam – ayamnya. Kita juga lagi menurunkan juga sih itu juga salah satu strategi sih sebenarnya. Jadi hambatannya adalah orang melihat harga kita tuh mungkin terlalu mahal kaya 55rb mungkin orang mikir lebih better makan ayam pinggir jalan, tapi kita juga 55rb juga kita harus turunkan harganya, itu sih strategi kita. Jadi dari hambatan itu kita cari ide gimana sih strategi yang harus kita lakukan ya strateginya kita menurunkan harga.”

8. Siapa yang menjadi target sasaran Wingstop ?

“Yang pertama adalah anak muda sih, kita lagi gencar gencarnya sasaran kita adalah anak muda, karena anak muda jaman sekarang itu kan hobinya nongkrong ya. Nongkrong bisa dimana aja nah gimana caranya kita menarik target kita tuh dari anak muda. Jadi kita membuat visual, visual semenarik mungkin dari promo yang lebih hemat. Makan 5 ayam gratis 5 atau misalkan beli 10 ayam Cuma 50rb kaya gitu kita bikin kaya promo yang semenarik mungkin dan itu sasaran kita adalah anak muda. Sasaran kedua adalah anak-anak sih, kenapa anak anak karena Ketika anak anak itu sedang dating tertarik ke Wingstop pasti kan mereka mengajak orang tuanya kan, jadi kita bisa mengengage satu orang tapi yang dateng itu bisa tiga orang , termasuk orang tuanya. Itu sih salah satu target sasaran kita.”

9. Bagaimana Anda mengukur kepuasan konsumen dari segi harga produk ?

“Nah cara mengukurnya itu kita ada yang Namanya SMG mengisi survey, biasanya kita mengisi survey itu kita datengin customer untuk menanyakan kepuasan mereka. Gimana cara mengisi SMG biasanya kita memberikan semacam free untuk pembelian selanjutnya. Itu sih yang bikin salah satu yang impact banget ya untuk survei kepuasan konsumen. Jadi mereka kita suruh untuk mengisi SMG dan dari survey itu kita bisa dapetin tuh tingkat kepuasannya seberapa mereka tertariknya. Apa sih yang perlu kita improve,

apa sih yang sudah bagus di kita dan akhirnya kita bikin improve lagi kaya gitu gitu sih cara mengukur kepuasan konsumen”

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023



Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok 2

| | |
|--|---|
| Nama Informan | : Salma Fadillah Zahra / Informan Pokok 2 |
| Jabatan | : Restaurant Manager |
| Usia | : 28 Tahun |
| 1. Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Wingstop ? | <p><i>“Tujuan promosi yang dilakukan Wingstop itu tentu untuk meningkatkan penjualan ya, serta memberikan informasi kepada target pasar mengenai perbedaan dan ciri khas Wingstop dibandingkan dengan brand competitor yang lainnya, misalkan Wingstop itu kan memang terkenal dengan penjualan ayam tapi apa sih bedanya yaitu Wingstop itu berbeda dengan restoran ayam lainnya karena Wingstop memiliki berbagai varian flavour atau rasa yang tentu rasanya unik dan authentic. Itu yang mau kita bangun di citra masyarakat.”</i></p> |
| 2. Apakah promosi yang dilakukan @WingstopId berpengaruh terhadap toko anda ? | <p><i>“Promosi yang dilakukan @WingstopId melalui media sosial sangat berdampak pada store kami di Wingstop Gran Rubina yang terletak di kawasan Karet Kuningan, setiap hari banyaknya para konsumen yang berdatangan membeli produk dan menanyakan promosi yang diunggah melalui media sosial. tentu ini sangat bagus untuk meningkatkan penjualan dan sales toko kami.”</i></p> |
| 3. Sebagai Restaurant Manager, apakah anda ikut andil dalam mempromosikan Wingstop ? | <p><i>“Sebagai Restaurant Manager saya ikut andil dalam mempromosikan Wingstop melalui media sosial, saya memerintahkan karyawan saya untuk membuat video konten dengan dance dance yang sedang trend yang nantinya itu kita create dengan promo yang sedang berlangsung. Setelah membuat video konten tentang promosi, nantinya saya memerintahkan seluruh karyawan saya untuk memblast video konten promosi tersebut ke media sosial mereka masing-masing supaya followers media sosial mereka tau kalo WingstopId sedang ada promo menarik. karena pada akun Instagram teman - teman karyawan lainnya memiliki pengikut yang berbeda - beda, jadi kalau teman - teman karyawan ada yang memposting cerita (story) kita bakal mampu mencapai 1000 orang yang melihat atau minimal 100 oranglah, makanya kita selalu memanfaatkan teman -teman untuk memposting cerita (story) yang kita buat”</i></p> |

4. Menurut anda, apakah promosi yang dilakukan Wingstop di Instagram dan Tiktok sudah maksimal ?

“Menurut saya promosi yang dilakukan media sosial Instagram dan Tiktok sudah maksimal ya, terbukti Wingsop pernah mengendorse Tanboy kun atau pernah menitipkan postingan promo di Jakarta Food, di Jakarta Go itu menurut saya sebuah hasil pencapaian yang itu berimpact pada sales kami. Yang kita tau sekarang tuh media sosial tuh beramat sangat besar ya dampaknya apabila kita mengendorse suatu food vlogger jadi menurut saya sudah maksimal. Dan untuk Tiktok sendiri sudah aktif dikarenakan dalam seminggu kita bisa memposting 4 sampai 5 video dan itu untuk jumlah viewers dan commentnya cukup banyak dan saya yakin itu sudah berimpact kepada beberapa store kami.”

5. Menurut anda, bagaimana Giveaway yang diadakan Wingstop selama ini?

“Menurut saya, Giveaway yang diadakan Wingstop melalui media sosial cukup baik ya. Dengan adanya Giveaway ini tentu Wingstop akan menambah followers Instagram, karena bisa kita lihat dari jumlah komentar yang mengikuti Giveaway tersebut cukup banyak hampir diatas 500 komentar. Tentu ini akan membuat Wingstop akan semakin dikenal. Selain itu pada saat pengambilan hadiah voucher di toko, saya melihat kedekatan para pelanggan yang mengikuti giveaway tersebut dengan cara mengobrol satu sama lain, lalu makan bersama secara langsung di tempat dan bahkan mereka melakukan foto bersama. Tentu dengan hal ini Wingstop berhasil menciptakan kedekatan pelanggan melalui Giveaway yang diadakan setiap minggunya.”

6. Apakah ada penjualan perseorangan/personal selling dalam penjualan produk Wingstop ? jika ada bagaimana ?

“Tentu saja ada penjualan personal selling yang dimana setiap bulan itu kami diberikan target objective, lalu kami sampaikan kepada team. Team dengan penjualan cheese terbanyak akan mendapatkan reward berupa uang, nah itulah yang harus dikejar team kami. Jadi mereka per individu harus achive dan fokus dengan target yang sudah diberikan.”

7. Apakah Wingstop melakukan penjualan secara langsung/direct marketing dalam mempromosikan produknya, seperti telfon, email, dan sarana komunikasi lainnya yang bisa langsung bertransaksi saat itu juga ? (Pemasaran langsung)

“Seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya juga, Wingstop juga memiliki salah satu bentuk effort promosi melalui telfon, email blast atau wa blast yang dimana kita memberikan informasi mengenai promo dan memberikan informasi ke customer kalau mereka bisa lebih mudah memesan lewat website Wingstop atau nomor telfon Wingstop yang dimana mereka tidak perlu datang ke toko lagi, payment lagi atau menunggu lagi, jad melalui telfon itu kami menjelaskan tentang promo lalu kami menjelaskan cara mudah order Wingstop melalui call center kami yang dimana mereka bisa order melalui website lalu dating ke store langsung pick up untuk mengambil produknya mereka.”

8. Bagaimanakah cara yang digunakan Wingstop Gran Rubina dalam menarik minat beli konsumen?

“Yang dilakukan Wingstop Gran Rubina, yang pertama adalah saya melihat dulu potensi yang ada. Dikarenakan Wingstop Rubina merupakan store office jadi target pasar saya adalah orang kantoran. Untuk jam makan siang sendiri tim kami selalu melakukan aktif sampling, yang dimana jam keluar orang kantoran disaat makan siang kami aktif memberikan sampling yang dimana itu bisa menarik perhatian customer entah itu sampling atau woobler atau memberikan flyering yang dimana flyering itu merupakan isi potongan harga atau promosi. Kita aktif disitu dan juga kita melakukan invite customer ke store untuk menawarkan kerja sama partnersip LRM dalam memberikan diskon 10% kepada perusahaan yang mau bekerja sama dengan Wingstop.”

9. Apa harapan Wingstop kedepannya dalam memaksimalkan promosi produk di era digital saat ini ?

“Ya harapan saya adalah dimana kalo misalnya customer atau konsumen ingin makan ayam pertama pikiran mereka itu ya langsung tertuju Wingstop. Seperti itu sih.”

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023

Lampiran 6 Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci 1

| | |
|---------------|--|
| Nama Informan | : Deby Aprilyani / Informan Kunci 1 |
| Jabatan | : Konsumen sekaligus followers @WingstopId |
| Usia | : 22 Tahun |

1. Sejak kapan anda mengetahui Wingstop?
“Pertama kali tau Wingstop itu dari tahun 2020 kalo gasalah, waktu itu tau dari temen yang ngerekomendasiin suruh nyobain chicken wings yang beda dari restoran lainnya katanya, langsung aku cari tau dan langsung aku follow Instagramnya dan ternyata pas liat langsung tertarik mau beli karna dia banyak rasa sausya. Setelah beli dan nyobain produknya eh ternyata enak banget ketagihan dan langsung jadi langganan setianya sampe sekarang, selain itu yang bikin aku suka sama Wingstop, dia itu selalu ada promo promo setiap harinya yang diposting lewat Instagram @WingstopId. Aku juga sering dapet informasi terbaru lewat Instagram @WingstopId kaya akan ada produk baru, akan ada saus baru terus juga aku kadang sering berinteraksi lewat comment/dm buat nanyain seputar Wingstop”
2. Apakah anda followers dari @WingstopId ?
“Iyaa betul aku salah satu followers Instagram @WingstopId dari 2020”
3. Mengapa Anda memfollow akun @WingstopId ?
“Karena untuk informasi aku juga, aku salah satu pelanggan yang suka sama Wingstop dari dulu jadi aku memfollow Instagramnya. Selain itu aku suka melihat menu menu Wingstop melalui Instagram dan aku dapat melihat info tentang kalau ada produk baru atau bisa melihat promo promo terbarunya, diskon - diskonnya, bahkan aku bisa ikut giveaway.”
4. Apa yang anda suka dari Wingstop ?
“Yang aku suka dari Wingstop yaitu flavor atau rasa sausya cukup banyak, jadi ketika sering beli juga ga bosan karna kita bisa milih berbagai flavor atau rasa saus yang kita suka. ”
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai konten yang ada di akun @WingstopId?
“Sangat menarik juga sangat kreatif, selain itu kualitas gambar dan videonya itu bagus banget jadi aku juga gabosen liatnya. Aku juga kadang tertarik beli karena pengaruh dari konten-konten itu”

6. Apakah informasi yang diberikan Wingstop sudah jelas melalui Instagram @WingstopId ?

“Sangat jelas menurut aku, karena selama aku jadi konsumen Wingstop semua informasi yang aku tau dari media sosial @WingstopId. Kaya misalkan akan launching toko baru, atau launching saus baru, produk baru. Itu semua aku dapetin dari Instagram @WingstopId.”

7. Apakah anda lebih pernah mengikuti Giveaway yang diadakan Wingstop ?

“Aku pernah ikut Giveaway dan selama ikut Giveaway yang diadakan Wingstop aku jadi punya beberapa teman baru yang awalnya gakenal jadi kenal, karna waktu itu pernah ada kesempatan menang give away bareng dan dapet voucher hadiah belanja di Wingstop South Quarter yang ditukerin secara langsung, dan pas nukerin vouchernya sesama pemenang itu ketemu disana dan kita kaya ngobrol sedikit tentang Wingstop dan lama kelamaan jadi akrab terus sempet makan bareng dan sampe sekarang malah jadi teman main dan follow followan Instagram juga”

8. Apa harapan anda sebagai konsumen untuk Wingstop kedepannya dalam melakukan promosi ?

“Tetap menyediakan promo yang banyak seperti ini & pertahankan untuk membuat konten promosi yang menarik seperti sekarang”

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023



Lampiran 7 Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci 2

| | |
|---------------|--|
| Nama Informan | : Adystiana Syefiana / Informan Kunci 2 |
| Jabatan | : Konsumen sekaligus followers @WingstopId |
| Usia | : 20 Tahun |

| |
|--|
| 1. Sejak kapan anda mengetahui Wingstop ? <i>“Aku tau Wingstop dari 2021 deh kayanya ka, waktu itu pernah liat ada influencer di Instagram aku lagi promosiin Wingstop. Terus aku penasaran dan akhirnya aku stalk deh akun Instagramnya”</i> |
| 2. Apakah anda followers dari @WingstopId ? <i>“Iyaaaa kak aku salah satu followers @WingstopId, udah cukup lama sih aku follow Instagramnya”</i> |
| 3. Mengapa Anda memfollow akun @WingstopId ? <i>“Karena aku ingin tau lebih seputar Wingstop, makanya aku follow Instagramnya”</i> |
| 4. Apa yang Anda sukai dari Wingstop ? <i>“Yang aku sukai dari Wingstop yaitu tiada hari tanpa promo, jadi bisa dibilang aku salah satu konsumen yang sangat menikmati promo yang dibuat oleh Wingstop dan konten kontennya itu kreatif banget di Instagram dan di Tiktok, mereka membuat konten video dengan di mix dengan tema yang lagi trend, kaya contoh kemarin lagi rame series Wednesday, dan Wingstop membuat konten promo itu di mix dengan series tersebut. Selain itu yang aku sukai dari Wingstop, karena aku cukup sering beli Wingstop melalui ojek online, aku jadi pernah ada pengalaman dua kali tentang produk yang ga sesuai dengan apa yang aku beli. Kaya misalkan salah saus atau ada produk yang tertinggal. Dan aku langsung komplain melalui chat ke nomor call center Wingstop yang bertugas menangani komplain, dan setelah aku jelasin melalui chat tentang kekurangan yang aku terima dan mengirim barang bukti berupa foto dan ternyata langsung direspon cepet banget dan langsung di proses komplainan aku, jadi aku gaperlu repot cape cape dateng ke toko untuk meminta kekurangan produk yang aku terima. Karna melalui Whatsapp secepat itu di prosesnya”.</i> |
| 5. Bagaimana pendapat Anda mengenai konten yang ada di akun @WingstopId? <i>“Sangat bagus, menarik dan kreatif dimana Wingstop tuh selalu buat konten konten yang lagi trend terus dipaduin sama produknya. Kaya kemarin aku</i> |

lagi suka banget series Wednesday yang lagi rame, eh ternyata Wingstop juga buat konten tentang promo Wednesday Is Wingsday”

6. Apakah informasi yang diberikan Wingstop sudah jelas melalui Instagram @WingstopId ?

“Untuk sampai saat ini menurut aku cukup jelas ya, kalau informasinya belum jelas setau aku bisa dm Instagramnya aja atau comment aja lewat postingannya pasti dibales”

7. Apakah anda pernah mengikuti Giveaway yang diadakan Wingstop ?

“Untuk Giveaway sendiri aku pernah menang satu kali waktu itu, udah lama sih cuman waktu itu diumumkannya lewat story IG, katanya ambil hadiah vouchernya di Wingstop South Quarter. Waktu itu aku langsung ke Wingstop South Quarter buat ambil hadiahnya, Cukup lumayan sih hadiahnya berupa voucher belanja di Wingstop, tapi yang lebih seru lagi bisa ketemu pelanggan lainnya yang menang Giveaway ini. Bisa ngobrolin seputar produk produk Wingstop yang sering kita beli atau ngomongin seputar informasi Wingstop , selain itu kita juga jadi bisa kenal lebih dekat satu sama lain dari adanya Giveaway ini”

8. Apa harapan anda sebagai konsumen untuk Wingstop kedepannya dalam melakukan Promosi ?

“Harapan saya semoga selalu ada promo yang lebih murah lagi, dan semoga terus keluarin produk-produk baru lagi.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2023

Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 1



UNIVERSITAS NASIC

Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Pokok 2



Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Kunci 1



Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara dengan Informan Kunci 2



Lampiran 12 Surat Penugasan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Mochamad Rizki Ramlee
Nomor Pokok : 183112351650186
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran 13 Revisi Skripsi "Media Digital Promosi Penjualan Wingstop (Studi pada akun Instagram @WingstopId)"

REVISI SKRIPSI "MEDIA DIGITAL PROMOSI PENJUALAN WINGSTOP"
 (Studi pada akun Instagram @WingstopId)
 Mochamad Rizki Ramlee / 183112351650186

| NO | Nama Penguji | Revisi Yang Disarankan | Hasil Revisi | Tanda Tangan Penguji |
|----|-------------------------------------|---|--|--|
| 1 | Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. | 1. Memperbaiki teknik penulisan. | 1. Teknik penulisan sudah diperbaiki |  |
| 2 | Drs. Hadi Surantio, M.Si. | 2. Alasan mengapa mengambil Instagram. | 2. Alasan mengapa mengambil Instagram telah ditambahkan ke dalam pembahasan (Hal 85) |  |
| 3 | Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si. | 3. Pada latar belakang sebutkan kompetitor selain yang sudah ditulis. 4. Pada penyajian data, pembahasan, konfigurasi dan kesimpulan juga kaitkan keberadaan kompetitor tadi dengan keberhasilan objek penelitian mempertahankan pelanggannya. | 3. Pada latar belakang sudah di sebutkan kompetitor yang lain, selain yang ditulis sebelumnya (Hal 12) 4. Pada penyajian data, pembahasan, konfigurasi dan kesimpulan juga sudah di kaitkan keberadaan kompetitor tadi dengan keberhasilan Wingstop dalam mempertahankan peanggannya. |  |

Lampiran 14 Lembar Awal Hasil Uji Turnitin

