

**STRATEGI PROMOSI UNTUK *REBUILDING IMAGE*
PIZZA HUT RESTORAN DI TENGAH SITUASI
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Oleh:

Nur Iksan

201810415152



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**STRATEGI PROMOSI UNTUK *REBUILDING IMAGE*
PIZZA HUT RESTORAN DI TENGAH SITUASI
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Oleh:

Nur Iksan

201810415152



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Promosi Untuk *Rebuilding Image*
Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi
Pandemi COVID-19

Nama Mahasiswa : Nur Iksan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415152

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Selasa, 18 Januari 2022

Jakarta, 1 Februari 2022

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN 0310068902


Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Promosi Untuk *Rebuilding Image*
Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi
Pandemi COVID-19

Nama Mahasiswa : Nur Iksan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415152

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Selasa, 18 Januari 2022

Jakarta, 1 Februari 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom
NIDN 0323127802

Penguji I : Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN 0310068902

Penguji II : Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom
NIDN 0322048204

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Strategi promosi untuk *rebuilding image* Pizza Hut Restoran di tengah situasi pandemi COVID-19 Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Februari 2022



Nur Iksan

NPM: 201810415152

ABSTRAK

Nur Iksan 201810415152. Strategi Promosi Untuk *Rebuilding Image* Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi Pandemi COVID-19

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang penulis temukan di Pizza Hut Restoran Golden City Bekasi yaitu peneliti menemukan bahwa peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi promosi untuk *rebuilding image* Pizza Hut yaitu karna selama pandemi COVID-19 sektor perekonomian terutama sektor *food & beverage* mengalami penurunan yang tinggi dan salah satunya adalah Pizza Hut Restoran yang mampu bertahan disituasi sulit ini, dan tentunya cara promosi merupakan penunjang dari membangun kembali citra yang telah dibangun oleh Pizza Hut Restoran.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Penulis wawancara dengan informan mengenai bagaimana cara strategi promosi untuk *rebuilding image* Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi Pandemi COVID-19 di Pizza Hut Golden City Bekasi. Data diolah dengan teknik kualitatif deskriptif yaitu menggambarkan situasi sosial yang ditemui dilokasi penelitian.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi untuk *rebuilding image* Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi Pandemi COVID-19 setelah menerapkan strategi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical evidence*) yang mempengaruhi paling signifikan adalah *personal selling* dalam unsur promosi serta product. Karna selama pandemi COVID-19 masyarakat jarang keluar rumah dan pesan melalui *delivery* lewat aplikasi Pizza Hut Indonesia dan melalui *personal selling* masyarakat tidak perlu datang ke outlet dan menunggu lama pizza, cukup dipinggir jalan saja *customer* sudah mendapatkan pizza. Dan untuk produk, Pizza Hut Restoran selalu berinovasi memunculkan produk baru sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut yang nantinya akan berdampak terhadap *image* baik bagi perusahaan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Rebuilding Image*

ABSTRACT

Nur Iksan 201810415152. Strategi Promosi Untuk *Rebuilding Image* Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi Pandemi Covid-19

This research is motivated by the problems that the authors found in Pizza Hut Restaurant Golden City Bekasi, the researcher found that researchers are interested in researching about Promotion strategy for rebuilding image Pizza Hut that is because during the COVID-19 pandemic the economic sector, especially the food & beverage experienced a high decline and one of them is Pizza Hut Restaurant which is able to survive this difficult situation, and of course the promotion method is a support for rebuilding the image that has been built by Pizza Hut Restaurant.

In this study, the researcher used the approach to qualitative descriptive, with data collection methods namely observation and interviews. The author interviews with informants about how to promotion strategy for rebuilding image Pizza Hut Restaurant Amid the COVID-19 Pandemic Situation at Pizza Hut Golden City Bekasi. The data were processed using descriptive qualitative techniques, namely describing the social situations encountered at the research location.

From the results of the research that has been done, it can be concluded that promotion strategy for rebuilding image Pizza Hut Restaurant Amid the COVID-19 Pandemic Situation after implementing the 7P's marketing mix strategy (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical evidence) the most significant influence is personal selling in the promotion and product elements. Because during the COVID-19 pandemic, people rarely leave their homes and order via delivery via the Pizza Hut Indonesia application and through personal selling people don't need to come to the outlet and wait a long time for pizza, just by the side of the road customer got the pizza. And for products, Pizza Hut Restaurants are always innovating to bring out new products so that people are interested in buying these products which will have an impact on customer image good for the company.

Keywords: Promotion Strategy, Rebuilding Image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Penulis Panjatkan atas rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi promosi untuk *rebuilding image* Pizza Hut Restoran di tengah situasi pandemi COVID-19”. Dalam proses pembuatan skripsi ini tentunya terdapat pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaiannya.

Penulis berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis karunia nikmat sehat jasmani dan rohani sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dan tentunya kepada Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, didikan, serta mendoakan hingga sampai terselesaikannya proposal skripsi ini. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
6. Keluarga, adik serta kakak yang telah memberikan restu beserta doanya, dan juga dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan kelas A3 yang telah memberikan warna baru didalam kehidupan kampus
8. Teman-teman Organisasi BEM Fikom periode 2020-2021 yang telah support dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman UKM Resimen Mahasiswa yang telah memberikan pelajaran berharga bagi peneliti.

10. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi, Shania Mawardini Priliswari dan Vira Febrian
11. Bapak Dede Nurjaman selaku Restaurant Manager Pizza Hut Golden City Bekasi yang telah membantu dalam memberikan keterangan mengenai pembahasan skripsi ini.
12. Ibu Mega Pratiwi selaku crew Fulltime yang berkenan untuk dimintai keterangan terhadap penelitian ini.
13. Clara Abella Jihan selaku informan yang telah bersedia diwawancarai sebagai pelanggan.
14. Rekan-rekan Pizza Hut Restoran Golden City yang telah memberikan motivasi, dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Tia Kusuma selaku partner yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini ditengah sibuk kerja, organisasi, serta tugas akhir ini.

Penulis berharap proposal skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih dapat beberapa kekurangan dalam proposal skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan agar proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 1 Februari 2022

Penulis,



Nur Iksan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Definisi Konsep	13
2.2.1 Pengertian Strategi.....	13
2.2.2 Pengertian Promosi.....	14
2.2.3. Bentuk-Bentuk Bauran Promosi	16
2.2.3.1. Produk (<i>Product</i>).....	16
2.2.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	17
2.2.3.3. Tempat (<i>Place</i>).....	19
2.2.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	20

2.2.3.5. Orang (People)	23
2.2.3.6. Proses (Process)	23
2.2.3.7. Bukti Fisik (Physical Evidence).....	24
2.2.4 <i>Brand Image</i>	25
2.3 Alur Berpikir Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Informan Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.6 Triangulasi Data	34
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Objek Penelitian.....	36
4.1.1.2 Visi & Misi Perusahaan	37
4.1.1.3 Logo Perusahaan	38
4.1.1.4 Struktur Organisasi.....	39
4.1.1.5 <i>Job Description</i>	40
4.1.2 Profil Informan.....	43
4.1.2.1 Profil Informan Dede Nurjaman (<i>Restaurant Manager</i>)	43
4.1.2.2 Profil Informan Pendukung Mega Pratiwi (<i>Crew Fulltime</i>)	43
4.1.2.3 Profil Informan Pendukung Clara Abella Jihan Desiyanti (Customer).....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.3 Pembahasan	50
Strategi Promosi Untuk <i>Rebuilding Image</i> Pizza Hut Restoran Di Tengah Situasi Pandemi COVID-19	50
1. Produk (<i>Product</i>).....	50
2. Harga (<i>Price</i>).....	51
3. Tempat (<i>Place</i>).....	52

4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	53
5. Bukti Fisik (Physical Evidence).....	54
6. Orang (People)	54
7. Proses (Process)	55
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	34



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Promo Pizza Hut Restoran	2
Gambar 1.2 Inovasi Produk Baru Pizza Hut Restoran	3
Gambar 1.3 Penjualan Pizza di Pinggir Jalan	4
Gambar 1.4 Job Aid Pizza Fair	5
Gambar 1.5 Data Pasien Covid-19 Berdasarkan WHO	6
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	38
Gambar 4.2 Pizza Hut Restoran Golden City Bekasi	47



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	39
Bagan 4.2 Job Description	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Surat Penelitian

Lampiran 3 : Transkrip Hasil Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6: Form Perbaikan Skripsi

