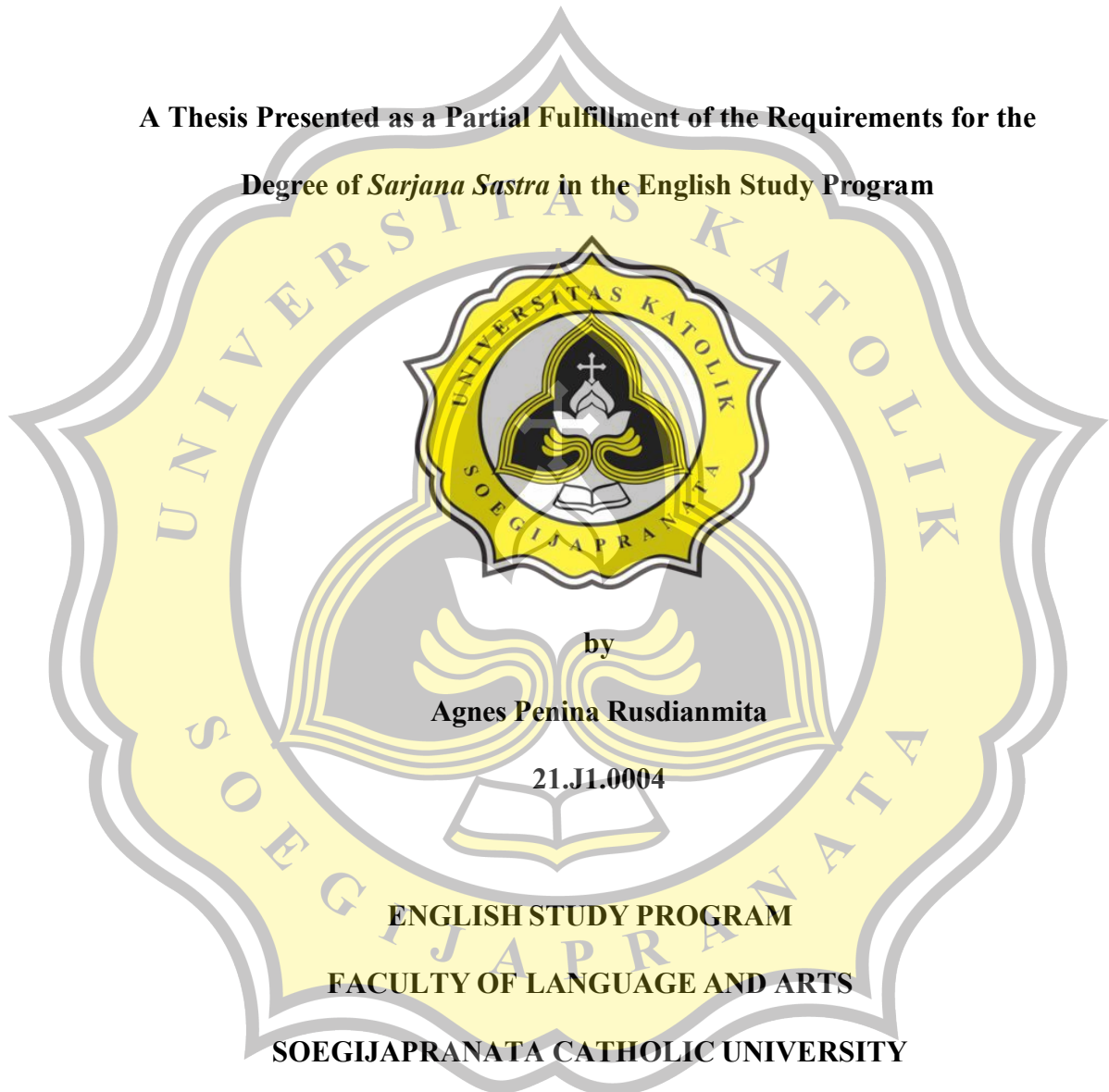


**CULTURAL ADAPTATIONS OF U.S.A. MCDONALD'S
GLOBAL MENU IN INDONESIA**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



by

Agnes Penina Rusdianmita

21.J1.0004

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

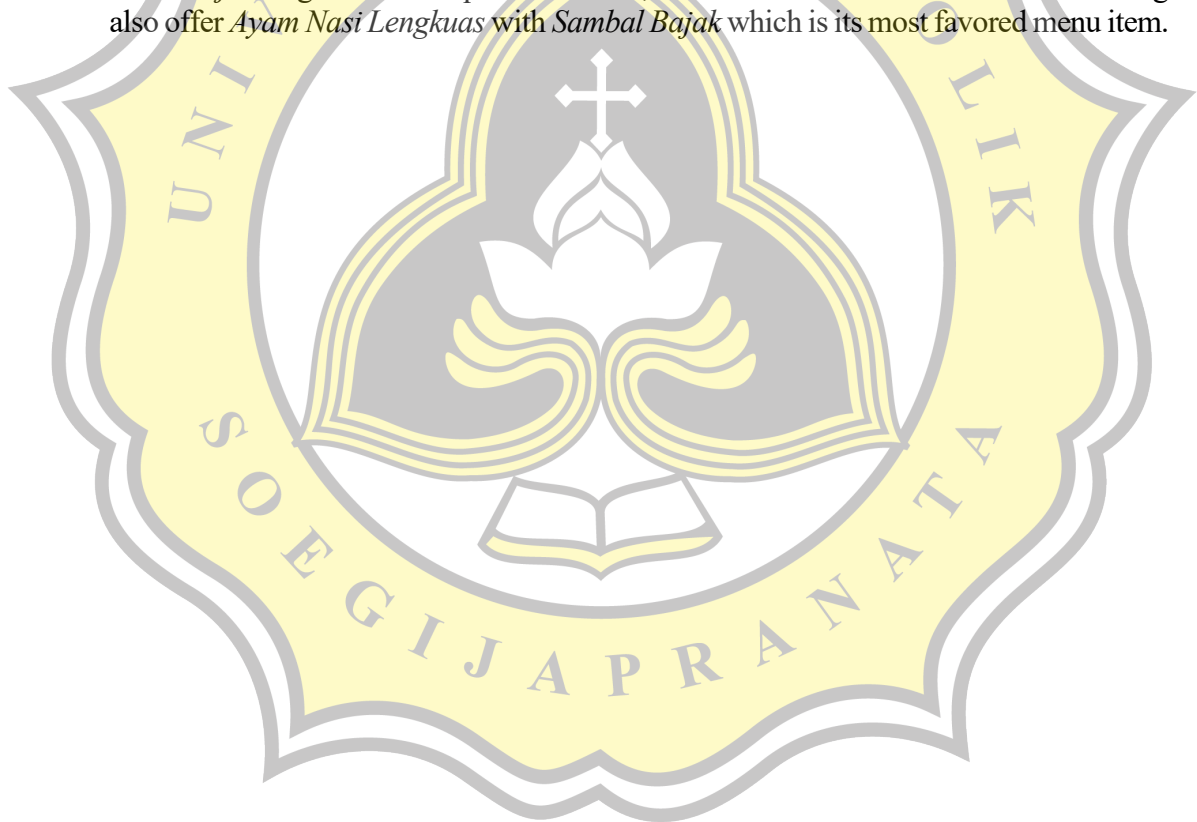
SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2025

ABSTRACT

McDonald's is a global fast food restaurant chain that operates with a franchise model serving millions of customers daily with a consistent menu. Founded in 1940 by Richard and Maurice in San Bernadino, California, USA, McDonald's has become one of the world's most leading fast-food culture. Using the theoretical framework of George Ritzer's *McDonaldization*, and Jan Nederveen Pieterse's *Cultural Hybridity* to answer the research question on how the adapted McDonald's menu items reflect the cultural hybridity of Indonesia and USA. As a research method, the qualitative descriptive approach and library research is employed with field observation and photo documentation of the McDonald's menu. This research finds that through McDonaldization there are global menu prepared for everyone all over the word. In Semarang, the global menus are Big Mac, French Fries and McChicken, Fish Fillet, Chicken Burger, Chicken McNuggets, Apple Pie, Coca – Cola and Happy Meal. The cultural negotiated menus are *Nasi Uduk*, McSpaghetti with more tomato sauce and *Sambal Ijo* Burger. As a unique local menu, the branches of McDonald's in Semarang also offer *Ayam Nasi Lengkuas* with *Sambal Bajak* which is its most favored menu item.



ABSTRACT

McDonald's adalah jaringan restoran cepat saji global yang beroperasi dengan model waralaba, melayani jutaan pelanggan setiap hari dengan menu yang konsisten. Didirikan pada tahun 1940 oleh Richard dan Maurice McDonald di San Bernardino, California, Amerika Serikat, McDonald's telah menjadi salah satu budaya makanan cepat saji terkemuka di dunia. Penelitian ini menggunakan kerangka teoretis *McDonaldization* dari George Ritzer dan *Cultural Hybridity* dari Jan Nederveen Pieterse untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana menu McDonald's yang diadaptasi mencerminkan hibriditas budaya antara Indonesia dan Amerika Serikat. Sebagai metode penelitian, digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan studi pustaka, dengan instrumen berupa observasi lapangan dan dokumentasi foto menu McDonald's. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui *McDonaldization*, terdapat menu global yang disajikan dan dikonsumsi secara konsisten di seluruh dunia. Di Semarang, menu global tersebut meliputi Big Mac, Kentang Goreng, McChicken, Fish Fillet Burger, Chicken Burger, Chicken McNuggets, Apple Pie, Coca-Cola, dan Happy Meal. Sementara itu, menu yang dinegosiasikan secara budaya meliputi Nasi Uduk, McSpaghetti dengan saus tomat lebih banyak daripada daging ayam, serta Burger *Sambal Ijo*. Sebagai menu lokal yang khas, cabang McDonald's di Semarang juga menawarkan *Ayam Lengkuas dengan Sambal Bajak*, yang menjadi menu favorit utama konsumen.

