

STRATEGI *BRANDING* ZOO COFFEE DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

SKRIPSI

Oleh :

Muhamad Fajar Abdulah Hamidi

(201910415288)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

STRATEGI *BRANDING* ZOO COFFEE DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

SKRIPSI

Oleh :

**Muhamad Fajar Abdulah Hamidi
(201910415288)**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Branding* Zoo Coffee Dalam
Membangun *Brand Awareness*

Nama Mahasiswa : Muhamad Fajar Abdulah Hamidi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415288

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 September 2023

Jakarta, 6 Oktober 2023

MENYETUJUI,


Dr. Diah Ayu Permatasari, ST., S.IP., M.IR
NIDN. 0312077903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Branding* Zoo Coffee Dalam
Membangun *Brand Awareness*
Nama Mahasiswa : Muhamad Fajar Abdulah Hamidi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415288
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 September 2023

Jakarta, 6 Oktober 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0322038901

Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, ST., S.IP., M.IR
NIDN. 0312077903

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si
NIDN. 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

Skripsi yang berjudul *Strategi Branding Zoo Coffee Dalam Membangun Brand Awareness*. Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian 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, 6 Oktober 2023



Muhamad Fajar Abdulah Hamidi

NPM : 201910415288

ABSTRAK

Muhamad Fajar Abdulah Hamidi 201910415288, Strategi *Branding* Zoo Coffee Dalam Membangun Brand Awareness.

Strategi *branding* bagi sebuah merek merupakan salah satu hal penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah merek *Branding* memiliki konsep bahwa yang perlu dilihat bukan hanya membuat target pemasaran, memilih kita di dalam pasar yang penuh dengan kompetisi namun juga membuat prospek Dalam hal ini prospek melihat merek (*brand*) kita sebagai satu – satunya yang dapat mengatasi atau memberikan solusi bagi konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti ingin menganalisis bagaimana strategi *branding* yang dilakukan oleh zoo coffee dalam membangun brand awareness nya. Dalam proses pengambilan data peneliti mewawancarai 4 informan yang terdiri dari 1 (satu) key informan dan 3 (tiga) informan pendukung, observasi melalui media sosial dan terjun langsung ke lapangan, dan mengambil dokumentasi langsung sebagai pelengkap data. Metode penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa zoo coffee memiliki *branding* yaitu sebuah *coffee shop* yang memiliki sebuah kebun binatang dan ramah untuk hewan, dengan strategi branding yang sudah dilakukan oleh zoo coffee merek tersebut sudah mulai dikenal sebagai sebuah *coffee shop* yang memiliki sebuah kebun binatang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh zoo coffee kepada para konsumen nya tersampaikan dengan baik.

Kata kunci : Strategi, Branding, Brand Awareness

ABSTRACT

Muhamad Fajar Abdulah Hamidi 201910415288, Zoo Coffee Branding Strategy in Building Brand Awareness.

Branding strategy for a brand is one of the important things that influences the success of a brand. Branding has the concept that what needs to be seen is not only creating marketing targets, choosing us in a market full of competition but also creating prospects. In this case, prospects look at the brand.) we are the only ones who can solve or provide solutions for consumers. In the research conducted, researchers wanted to analyze the branding strategy used by Zoo Coffee in building its brand awareness. In the data collection process, researchers interviewed 4 informants consisting of 1 (one) key informant and 3 (three) supporting informants, observed via social media and went directly into the field, and took direct documentation as a complement to the data. This research method uses a descriptive study with data collection techniques carried out by means of interviews, observation and documentation. The research results show that Zoo Coffee has branding, namely a coffee shop that has a zoo and is friendly to animals. With the branding strategy that has been carried out by Zoo Coffee, the brand has begun to be known as a coffee shop that has a zoo. This shows that the message Zoo Coffee wanted to convey to its consumers was conveyed well.

Keywords: Strategy, Branding, Brand Awareness

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT, karena dengan karunia-Nya saya masih diberi kesehatan dan kesempatan untuk menyusun skripsi dengan judul **"Strategi Branding Zoo Coffee Dalam Membangun Brand Awareness"**. Dengan usaha yang maksimal serta do'a yang selalu dipanjatkan maka skripsi ini dapat diselesaikan pada waktu yang ditentukan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam program studi Ilmu Komunikasi. Selain untuk menyelesaikan program yang penulis tempuh, *skripsi ini ternyata banyak memberikan manfaat bagi penulis baik dari segi akademik maupun pengalaman yang penulis tidak dapat temukan saat berada di dunia perkuliahan.*

Skripsi terselesaikan dengan baik karena banyaknya bantuan yang sudah penulis terima, Terutama Allah SWT dan kedua orang tua serta keluarga tercinta yang selalu memahami, mendukung, memberikan semangat serta nasihat, memberikan dukungan materil serta memberikan do'a setiap hari.

Dalam hal ini saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. 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. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.IP., M.IR. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan banyak masukan serta saran dari awal proses penyusunan proposal hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.

6. Seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2019, terutama teman-teman kelas A1 yang telah memberikan dukungan semangat kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan demi *kesempurnaan dan perbaikan untuk skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi yang membacanya.*

Jakarta, 6 Oktober 2023

Fut

Muhamad Fajar Abdulah Hamidi

NPM : 201910415288



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Masalah Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Literatur	11
2.2 Kerangka Konsep	22
2.2.1 Brand.....	22
2.2.1.1 Manfaat Brand	22

2.2.2 Strategi Branding	23
2.2.3 Konsep D.R.E.A.M (Differentiation, Relevance, Esteem, Awareness, Mind's eye)	27
2.2.4 Brand Awareness	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Teknik Penentuan Informan	32
3.3.1 Profil key Informan.....	35
3.3.2 Profil Informan Pendukung I	35
3.3.3 Profil Informan Pendukung II.....	36
3.3.4 Profil Informan Pendukung III	36
3.3.4 Profil Informan Pendukung IV	36
3.4 Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.7 Teknik Keabsahan Data	40
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Zoo Coffee	47
4.4.3 Struktur Organisasi Zoo Coffee	48
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Brand Zoo Coffee	49
4.3.2 Strategi Branding Zoo Coffee dalam membangun brand awareness	53
4.3.3 Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	57
4.4 Pembahasan	73
4.4.1Konsep D.R.E.A.M (Differentiation, Relevance, Esteem, Awareness, Mind's eye) Dalam Membangun Brand Awareness	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan akun instagram @zoocoffee.id	4
Gambar 1.2 Postingan highlight instagram @zoocoffee.id	5
Gambar 2.1 Tahapan Brand Awareness.....	29
Gambar 4.1 Zoo Coffee.....	44
Gambar 4.2 Peta Zoo Coffee	45
Gambar 4.3 Logo Zoo Coffee	45
Gambar 4.4 Menu Zoo Coffee.....	46
Gambar 4.5 Dokumentasi zoo coffee.....	50
Gambar 4.6 Hewan Yang Ada Di Zoo Coffee	51
Gambar 4.7 Bio Instagram Zoo Coffee.....	52
Gambar 4.8 Postingan Highlight Zoo Coffee	53
Gambar 4.9 Postingan Akun Instagram Zoo Coffee	56
Gambar 4.10 Postingan Konten Zoo Coffee	59
Gambar 4.11 Reels Instagram Zoo Coffee	59
Gambar 4.12 Akun Tiktok Zoo Coffee	60
Gambar 4.13 Hewan Zoo Coffee.....	62
Gambar 4.14 Konsep Bangunan Zoo Coffee	63
Gambar 4.15 Ulasan Zoo Coffee	66
Gambar 4.16 Pengunjung Zoo Coffee	67
Gambar 4.17 Pelanggan Zoo Coffee.....	68
Gambar 4.18 Komentar Postingan Zoo Coffee	70
Gambar 4.19 Event Zoo Brewing Competition.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Diri

Lampiran 2. Surat Pengantar

Lampiran 3. Pedoman Wawancara dan Transkrip Wawancara

Lampiran 4. Tabel Reduksi Data

Lampiran 5. Dokumentasi Informan dan Objek Penelitian

Lampiran 6. Kartu Bimbingan

Lampiran 7. Form Perbaikan Skripsi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Informan.....	33
Tabel 3.2 Timeline Penelitian	42



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Zoo Coffee	48

