

SKRIPSI

STRATEGI BRANDING *ABOUT SOMETHING COFFEE* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI KOTA PALANGKA RAYA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Kevin Hery Maulana

NIM. 1910414210026

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin – 70123
Telp/Fax (0511) 3304595 – (0511) 3304968 Laman: fisip.ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI BRANDING ABOUT SOMETHING COFFEE DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN DI KOTA PALANGKA RAYA

- A. Nama Mahasiswa : Kevin Hery Maulana
NIM : 1910414210026
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 81,3 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Agustus 2023.
- C. Tim Penguji
- Ketua
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
NIP. 198911282020121011 (.....)
 - Sekretaris
Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si.
NIP.197610052008121002 (.....)
 - Anggota
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh. S.Pd., M.A.
NIP. 199202182019032020 (.....)

Mengetahui,
Dekan Fisip ULM

Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

Banjarmasin, 25 Agustus 2023
Ketua Pembimbing,

Muhammad Nizar Hidayat, S.IP.,
MA.
NIP.198911282020121011

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Kevin Hery Maulana

NIM : 1910414210026

PRODI : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Branding About Something Coffee Dalam Menghadapi Persaingan di Kota PalangkaRaya” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Yang mana skripsi ini merupakan hasil dari penelitian dan pemikiran yang saya lakukan. Segala referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan sumbernya secara jelas pada bagian akhir daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai yang berlaku di Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, 24 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Kevin Hery Maulana



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 4798/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
2. Dr.Siswanto.,M.Si
3. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Kevin Hery Maulana
NIM : 1910414210026
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding About Something Coffee Melalui
Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram
@Aboutsomethingcoffee

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Agustus 2023
J a m : 13.30 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Agustus 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 8 Ayat 1 "Informasi Elektronik itu adalah Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa Dua Puluh Dua Agustus Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 4798 /UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 20 Agustus 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Kevin Hery Maulana
NIM : 1910414210026
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding About Something Coffee Melalui Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Aboutsomethingcoffee)

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 13.30 s/d selesai
Nilai : 81,3 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 22 Agustus 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, Kevin Hery Maulana

1. Ketua : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
(A)

2. Sekretaris : Dr.Siswanto.,M.Si
(Siswanto)

3. Anggota : Putri Ayu Hidayat R,S.Pd.,MA
(Putri Ayu Hidayat)

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123

Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Kevin Hery Maulana

NIM : 1910414210026

Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Branding About Something Coffee Melalui Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Aboutsomethingcoffee)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	65	
2.	Dr.Siswanto.,M.Si	81	
3.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	80	
Jumlah		246	
Nilai Rata-rata		82	Nilai Akhir = 81,3 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 22 Agustus 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0

ABSTRAK

Kevin Hery Maulana, 1910414210026, 2023, Strategi Branding About Something Coffee Dalam Menghadapi Persaingan di Kota Palangka Raya. Dibawah bimbingan Muhammad Nizar Hidayat.

About Something Coffee merupakan salah satu *Coffee Shop* yang sudah terdaftar dan memiliki perizinan usaha di Kota Palangka Raya sejak awal berdiri pada tahun 2018. About Something Coffee diminati oleh berbagai kalangan di Kota Palangka Raya dan sangat aktif dalam menjalankan strategi *branding* yang mereka rancang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *Branding* About Something Coffee dalam menghadapi persaingan di Kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk pengumpulan data. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan Teori Strategi *Branding* dan Teori *New Media*.

Hasil penelitian menunjukkan Strategi *Branding* About Something Coffee meliputi Strategi Perluasan Lini dan Strategi Perluasan Merek. Adapun pelaksanaan dari strategi perluasan lini yang dilakukan oleh About Something Coffee adalah rutin dalam meluncurkan produk-produk baru, seperti makanan ringan terbaru, makanan berat terbaru, minuman non-kopi terbaru, dan varian baru yang mereka kembangkan. Adapun pelaksanaan dari strategi perluasan merek yang dilakukan oleh About Something Coffee ialah memanfaatkan merek yang telah mereka bangun dengan membuka cabang-cabang baru dan mengeluarkan merek baru dengan membawa merek yang telah dikenal oleh banyak orang seperti meluncurkan brand terbaru dari About Something Coffee, yaitu About Something Express yang merupakan versi fleksibel dan cepat dibandingkan merek About Something Coffee sebelum-sebelumnya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Strategi *Branding* About Something Coffee dalam menghadapi persaingan di kota Palangka Raya memiliki kesesuaian dengan teori *new media* (media baru) yang meliputi pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial, karena About Something Coffee menjalankan kegiatan strategi branding dengan memanfaatkan salah satu *new media* yaitu Instagram.

Kata Kunci : Strategi *Branding*, Instagram, *New Media*, About Something Coffee

ABSTRACT

Kevin Hery Maulana, 1910414210026, 2023, About Something Coffee Branding Strategy in Facing Competition in Palangka Raya City. Under the guidance of Muhammad Nizar Hidayat.

About Something Coffee is one of the Coffee Shops that has been registered and has a business license in Palangka Raya City since its inception in 2018. About Something Coffee is in demand by various groups in Palangka Raya City and is very active in carrying out the branding strategy they designed. The purpose of this study is to find out how the About Something Coffee Branding strategy in facing competition in Palangka Raya City. This research uses research methods with a qualitative approach and descriptive research type using interviews, observations, and documentation for data collection. This study also uses data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation, and conclusion pulling. This research uses Branding Strategy Theory and New Media Theory.

The results showed that the About Something Coffee Branding Strategy includes Line Expansion Strategy and Brand Expansion Strategy. The implementation of the line expansion strategy carried out by About Something Coffee is routine in launching new products, such as the latest snacks, the latest heavy foods, the latest non-coffee drinks, and new variants they develop. The implementation of the brand expansion strategy carried out by About Something Coffee is to take advantage of the brand they have built by opening new branches and issuing new brands by bringing brands that have been known by many people such as launching the latest brand of About Something Coffee, namely About Something Express which is a flexible and fast version compared to the previous About Something Coffee brand. The results also show that the About Something Coffee Branding Strategy in facing competition in the city of Palangka Raya has conformity with the theory of new media which includes views of social interaction and social integration, because About Something Coffee runs branding strategy activities by utilizing one of the new media, namely Instagram.

Keywords : Branding Strategy, Instagram, New Media, About Something Coffee

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah memberikan rahmat berupa kesehatan dan kesempatan sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Branding About Something Coffee Dalam Menghadapi Persaingan di Kota Palangka Raya”, dapat diselesaikan tepat pada waktunya, sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom).

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini telah melibatkan berbagai pihak dalam memberikan saran, bantuan, dan bimbingannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom. Selaku dosen pembimbing akademik.
5. Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengetahuan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si. dan Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA. Selaku dosen penguji yang telah memberikan

saran dalam pengerjaan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
8. Pemilik usaha sekaligus kepala pemasaran About Something Coffee yang telah membantu memberikan informasi dalam pemenuhan data penelitian skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Fendy Chang dan Ibu Kartini yang telah memberikan segenap kasih sayang, perhatian, dukungan, serta doa yang mengantarkan saya sejak awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini.
10. Pemiliki Nim 1910414320015 yang telah menemani saya dalam pengerjaan skripsi ini dan selalu memberikan saya motivasi, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, yang disebabkan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan demi kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini.

Banjarmasin, Juli 2023



Kevin Hery Maulana

NIM. 1910414210026

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sejenis.....	13
2.2 Matriks Penelitian Sejenis	15
2.3 Tinjauan Konseptual	19
2.3.1 Komunikasi.....	19
2.3.1.1 Pengertian Komunikasi	19
2.3.1.2 Unsur-unsur Komunikasi	21
2.3.1.3 Proses Komunikasi	23
2.3.2 Strategi Komunikasi	24
2.3.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	24
2.3.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	25
2.3.3 Brand Image.....	27
2.3.3.1 Pengertian Brand Image	27
2.3.3.2 Langkah-langkah Membangun Brand Image	30
2.3.3.3 Poin Kesadaran Merek	32
2.3.3.4 Tujuan Brand Image	33
2.3.3.5 Indikator Brand Image.....	35
2.3.4 Instagram	36

2.3.4.1	Sejarah Instagram	36
2.3.4.2	Pengertian Instagram	36
2.3.4.3	Fitur-fitur Instagram	37
2.4	Tinjauan Teori.....	39
2.4.1	Teori New Media	39
2.4.1.1	Pengertian Teori New Media	39
2.4.1.2	Pandangan Teori New Media	41
2.4.2	Strategi Branding	42
2.4.2.1	Pengertian Strategi Branding.....	42
2.4.2.2	Pandangan Strategi Branding	43
2.5	Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Pendekatan Penelitian	47
3.2	Tipe Penelitian	47
3.3	Objek Penelitian.....	48
3.4	Informan Penelitian.....	49
3.5	Jenis Data.....	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.7	Teknik Analisis Data	52
3.8	Triangulasi Data.....	53
3.9	Waktu dan Lokasi Penelitian	55
3.9.1	Waktu Penelitian.....	55
3.9.2	Lokasi Penelitian.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum.....	58
4.1.1	Profile About Something Coffee	58
4.1.2	Logo About Something Coffee.....	63

4.1.3	Visi Misi	64
4.1.4	Struktur About Something Coffee	64
4.1.5	Produk About Something Coffee	65
4.1.6	Lokasi About Something Coffee	71
4.1.7	Target Pasar About Something Coffee	71
4.1.8	Instagram About Something Coffee	72
4.1.9	Konten-Konten About Something Coffee di Instagram	73
4.2	Hasil Penelitian	77
4.2.1	Strategi Branding About Something Coffee dan Pemanfaatan Akun Instagram	77
4.3	Pembahasan	88
4.3.1	Pelaksanaan Strategi Branding About Something Coffee Dalam Menghadapi Persaingan di Kota Palangka Raya	88
4.3.2	Relevansi Strategi Branding About Something Coffee Melalui Instagram Berkenaan Dengan Teori New Media (Piere Levy)	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		121
5.1	Kesimpulan	121
5.2	Saran	122

DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar Negara Pengguna Instagram	3
Tabel 1.2: Daftar Jumlah Produksi Kopi di Indonesia.....	4
Tabel 1.3: Daftar Coffee Shop di Palangka Raya	6
Tabel 2.1: Matriks Penelitian	15
Tabel 3.1: Waktu Penelitian.....	55
Tabel 3.2: Waktu Penelitian.....	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1: Poin Kesadaran Akan Merek	32
Bagan 2.2: Kerangka Pemikiran	46
Bagan 3.1: Triangulasi Sumber	54
Bagan 3.2: Triangulasi Metode	55
Bagan 4.1: Struktur About Something Coffee	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: <i>Profile</i> About Something Coffee di Instagram	8
Gambar 1.2: <i>Instagram Post</i> About Something Coffee Menampilkan Keramaian Konsumen	9
Gambar 1.3: <i>Instagram Post</i> About Something Coffee Menampilkan Promosi Produk.....	9
Gambar 1.4: <i>Instagram Story</i> About Something Coffee Menampilkan Menu Produk.....	10
Gambar 1.5: <i>Instagram Feeds</i> About Something Coffee.....	10
Gambar 4.1: Postingan Pertama About Something Coffee di Instagram pada Maret 2018	59
Gambar 4.2: <i>Menu Book</i> About Something Coffee di Instagram	61
Gambar 4.3: Layanan dan Promo yang disediakan oleh About Something Coffee	62
Gambar 4.4: Logo About Something Coffee	64
Gambar 4.5: Menu <i>Signature</i> About Something Coffee.....	65
Gambar 4.6: Menu <i>Espresso Based</i> About Something Coffee	66
Gambar 4.7: Menu <i>Manual Brew</i> About Something Coffee	66
Gambar 4.8: Menu Minuman Gemes About Something Coffee.....	67
Gambar 4.9: Menu Tambahan About Something Coffee	67
Gambar 4.10: Menu <i>Bottle Series</i> About Something Coffee	68
Gambar 4.11: Menu Hidangan Utama About Something Coffee	68
Gambar 4.12: Menu <i>Karage Series</i> About Something Coffee	69
Gambar 4.13: Menu Cemilan Cepuluh About Something Coffee	69
Gambar 4.14: Menu Tambahan Makanan About Something Coffee	70
Gambar 4.15: <i>Secret Beverage</i> About Something Coffee	70
Gambar 4.16: <i>Profile</i> Instagram About Something Coffee	72
Gambar 4.17: Lampiran <i>Linktree</i> About Something Coffee di Instagram....	73

Gambar 4.18: Konten-Konten yang dibuat oleh About Something Coffee di Instagram	74
Gambar 4.19: Postingan Suasana About Something Coffee di Instagram....	76
Gambar 4.20: Penampilan Keramahan Barista dan Penyampaian Produk yang baik oleh About Something Coffee melalui Postingan Instagram.....	78
Gambar 4.21: Strategi <i>Branding</i> Perluasan Lini dan Perluasan Merek yang dilakukan oleh About Something Coffee.....	82
Gambar 4.22: Postingan Menyambut 5 Tahun dari About Something Coffee dan Tagline #Sayangkamu yang selalu melekat di Instagram.....	86
Gambar 4.23: About Something Coffee mengeluarkan produk baru yaitu Es Kopi Susu Sekut (atas) pada tanggal 6 Agustus 2023 dan Susu Mamud (bawah) serta Mango Bomb (bawah) pada tanggal 27 Maret 2023.....	91
Gambar 4.24: About Something Coffee melakukan perluasan merek dengan membuka cabang baru About Something Coffee 2.0 (atas) pada tanggal 3 September 2022, About Something Coffee 3.0 (tengah) pada tanggal 31 Januari 2023 dan About Something Express pada tanggal 18 Juni 2023 (bawah)	93
Gambar 4.25: Perbandingan jumlah postingan dan pengikut Instagram @aboutsomthingcoffee pada tanggal 7 Maret 2023 (atas) dan 25 Juli 2023 (bawah)	100