


LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Skripsi

(50)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi sella wati
 NBI : 1151900149
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom
 Judul Skripsi : Peran marketing public relation dalam membangun brand image melalui instagram pada kanthi coffee and eatery di surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	15-02-2023	- Perbaiki latar belakang - Melengkapi data-data - Melengkapi teori	<i>[Signature]</i>	
2.	23-02-2023	- Perbaiki pada bab teori - Penambahan penjelasan pada brand image - Melengkap PIR - PIR pada Instagram	<i>[Signature]</i>	
3.	27-02-2023	- menambah materi marketing PR - menambah materi yang ada di bagian Instagram	<i>[Signature]</i>	
4.	2/23 /3	LBM diperbaiki kerangka penulisan diperbaiki	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5.	8/23 /3	- menambah teori PR - menambah teori MPA.	<i>[Signature]</i>	
6.	7/23 /3	- Bab I ACC - BAB II ACC.		<i>[Signature]</i>



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm
Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : fsip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
7.	9/3/23	BAB I) diperbaiki Covid interview.		
8	13/3/23	Bab II) diperbaiki Perbaikan guide interview		
9	20/3/23	Bab III) diperbaiki Perbaikan guide interview.		
10	27/3/23	Bab IV) ACC Perbaikan Bab IV		
11.	28/3/23	BAB V) ACC Tambahkan guide interview pada indikator Brand Images dan Instagram.		
12	27/4/23	memperbaiki bab IV		
13.	05/05/23	Memperbaiki bab IV		
14.	08/05/23	Memperbaiki bab IV		
15	08 ²⁴ /05/23	Memperbaiki bab IV		
16	5/06/23	memperbaiki bab IV		
17.	07/06/23	Menambahkan bab IV		
18.	12/6/23	Bab 4 & 5 ACC		
19.	13/6/23	Bab IV & 5 ACC. <u>SELESA</u>		

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

Tanggal : 13 - 06 - 2023

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Bagus Cahyo Steh A.P)

(M. Rizki)

Lampiran 2 Surat Bebas Lab



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
LABORATORIUM ILMU KOMUNIKASI
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:01/SK/LIK/V/2023

Kepala Laboratorium Media Cetak, New Media, dan Public Relation Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya.

Nama : Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom
 NPP : 20150.17.0747

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dewi sella wati
 NBI : 1151900149
 Email : Dewisella18@gmail.com

Tidak memiliki tanggungan administrasi dan keuangan Mata Kuliah Berpraktikum pada Peminatan Public Relation & Mata Kuliah Praktikum di luar peminatan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Mei 2023
 Kalab. Media Cetak, New Media, dan PR

Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom.
NPP: 20150.17.0747

Lampiran 3 Guide Interview

Teori	Indikator	Instrumen
IMC	Public Relation	Bagaimana peran public relation pada Kanthi Coffee dalam memberikan informasi kepada masyarakat ?
		Bagaimana public relation pada Kanthi Coffee dalam membangun komunikasi dengan consumer?
		Apa yang menjadi ciri khas dalam Kanthi Coffee selama ini ?
	Advertising	Media apa yang digunakan oleh Kanthi Coffee dalam mengenalkan produknya? (media konvensional)
		Dalam bentuk iklan apa Kanthi Coffee dalam mengenalkan produknya ?
		Apakah ada keterlibatan konsumen atau selebgram untuk melakukan pengiklanan?
		Apakah iklan yang dibuat oleh Kanthi Coffee melalui brosur dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ?
	Internet Marketing	Apakah iklan yang dibuat oleh Kanthi Coffee melalui instagram dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ?
	Sales Promotion	Bagaimana bentuk Promo yang dilakukan oleh Kanthi Coffee?
		Dan bagaimana tanggapan customer terhadap promosi yang dilakukan oleh Kanthi Coffee ?
	Direct Marketing	Apakah Kanthi Coffee menggunakan metode pemasaran secara langsung, dalam penjualan?
		Media apa yang digunakan oleh Kanthi Coffee dalam melakukan pemasaran secara langsung ?
		Bagaimana respon customer Kanthi Coffee terhadap metode pemasaran secara langsung ?
	Personal Selling	Bagaimana Kanthi Coffee melakukan personal selling?
		Media apa yang digunakan oleh Kanthi Coffee dalam melakukan personal selling?

		Apakah Kanthi coffee merasa customer cukup puas dengan informasi yang di dapat ?
BRAND IMAGE	Keunggulan	Apa keunggulan yang ada pada Kanthi Coffee and Eatery ?
	Kekuatan Merek	Mengapa dinamakan Kanthi Coffee and Eatery ?
	Keunikan Merek	Apa yang menjadi keunikan Pada Kanthi Coffee and Eatery ?
INSTAGRAM		Bagaimana cara Kanthi Coffee menyusun dan menyampaikan pesan di Instagram, agar consumer tertarik dengan Kanthi Coffee?

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

Transkrip wawancara berdasarkan panduan teori IMC

Transkrip wawancara informan Bapak Adi, Sebagai Spv sekaligus marketing Pr

- Peneliti : Selamat pagi, pak Adi, perkenalkan nama saya Dewi Sella biasa di panggil Sella. Disini saya meminta waktunya sebentar terkait kebutuhan skripsi saya, apakah pak Adi berkenan ?
- Informan 1: Boleh, mbak sellla, saya siap untuk membantu.
- Peneliti : Terima kasih pak Adi, sudah menyempatkan waktunya, baik saya mulai ya pak.
- Informan 1 : Iya mbak Sella.
- Peneliti : Kalau boleh saya tau, Kanthi Coffee ini berdiri sejak kapan ya pak ?
- Informan 1: Kanthi Coffee ini berdiri sejak tanggal 24 Januari 2021, waktu itu masih pandemic mbak.
- Peneliti : wah berarti kalau terhitung sampai sekarang sudah 2 tahun ya pak, dan termasuk sangat berani ya membuka bisnis baru, coffee shop di pandemic.
- Informan 1: kalau di bilang berani sih, sangat berani owner-owner kita, bisa di bilang relasi yang di punya oleh owner juga cukup luas, jadi mereka juga mengandalkan hal tersebut yah informasi mulut ke mulut gitu. Tapi kan Kanthi ini depan kampus juga jadinya harapan para owner ya kedepannya bakalan tetap ramai.
- Peneliti : Oh.. sangat keren ya pak keberaniannya, oh iya ini kan bapak bilang owner- owner yah, berarti Kanthi ini di didirikan beberapa kepala ya?
- Informan 1 : Betul mbak jadi Kanthi ini di bangun sama 5 orang, ada Pak Nehru, Pak Ezra, Pak Boy, Pak Dedik, dan Pak oaiyo. Tetapi yang lebih sering kesini pak Nehru dan pak Ezra mbak.
- Peneliti : Baik, ohya pak kalau boleh tau jumlah karyawan disini ada berapa ya pak?
- Informan 1: Ada 6 mbak jumlahnya seluruh karyawan di sini, saya Adi sebagai Supervisor, lalu ada Sephia sebagai barista sekaligus sadmin Instagram, Lalu ada Arla sebagai headbar dan sekaligus barista, dan barista-barista lainnya ada Dewi, Allyssa, dan Rexi.
- Peneliti : Bisa dibbilang cukup banyak ya pak karyawannya, dan untuk system jam kerjanya bagaimana pak ?
- Informan 1 : Kalau untuk jam kerjanya kita sistemnya *shift morning* dan *closing* mbak, karena Kanthi bukannya mulai jam 10.00-24.00 (untuk *weekday*) dan 09.00-24.00 (untuk *weekend*), di sini ada

karyawan partime dan fulltime.

Kalau untuk karyawan *fulltime* yang masuk *morning weekday* di mulai jam 10.00-18.00 dan untuk *closing* mulai jam 16.00-24.00. Dan *weekend morning* mulai jam 09.00-17.00, *closing* 16.00-24.00.

Kalau untuk yang *partime morning, weekday* mulai jam 10.00-16.00 dan lalu *closing* 18.00-24.00. *Weekend morning* 09.00-15.00, *closing* 18.00-24.00.

- Peneliti : Jadwal yang di buat sangat terstruktur ya pak, jadi tidak aka nada bertabrakan jadwal antara karyawan satu dengan lainnya ya.
- Informan 1 : Betul itu mbak, yah jadi harus pintar-pintar saja buat jadwal.
- Peneliti : Baik kalau begitu, saya masuk di pertanyaan selanjutnya ya pak, Bapak tadi bilang disini sebagai supervisor sekaligus marketing public relation, Bagaimana bapak memberikan informasi mengenai Kanthi Coffee and Eatery kepada masyarakat?
- Informan 1 : Informasi apapun ya mbak ?
- Peneliti : Boleh pak, contohnya seperti mengenalkan Kanthi pada masyarakat itu bagaimana?
- Informan 1 : Jadi gini mbak dulu waktu awal awal Kanthi ini berdiri gak langsung seramai ini, apalagi kita buka masih pandemic jadinya ya seadanya dulu, nah tapi ada beberapa orang yang mau datang terus tanya-tanya dulu kayak “Coffee shop ini baru ya kak, karena saya baru tau”, nah dari situ saya menanggapi pertanyaan pelanggan itu mbak. Ya saya memberikan informasi seperti Kanthi coffee ini berdirinya kapan terus Kanthi Coffee ini menjual berbagai macam minuman ada yang berbahan dasar tea, susu, dan kopi.
- Terus kalau untuk kopi kita nge roast sendiri, pakai biji kopi dari koffie.hub dan kofree dari Jawa Tmur, dan untuk dari biji kopinya yang dibuat minuman panas sama dingin berbeda mbak, untuk yang panas kita pakai robusta, dan untuk yang panas kita pakai house blend dengan perbandingan 70% robusta, 30% Arabica.
- Nah ada juga minuman yang tidak menggunakan kopi, seperti ada ice matcha, ice cokelat ada lychee tea dan masih banyak lagi, oh ya Kanthi coffee juga habis mengeluarkan minuman baru yang berbahan dasar cokelat tetapi dengan jenis yang berbeda dari sebelumnya, cokelat yang baru lebih pait jadi kita punya dua jenis cokelat.
- Kanthi dulu juga sempat jualan berbagai macam makanan ringan, kayak kentang goreng, rujak cireng, lumpia ayam, dan kanthi platter. Tapi sekarang sudah tidak jualan lagi karena ada partner lain yang jualan makanan ringan.
- Nah.. kurang lebihnya gitu si mbak kalau saya memberikan

- informasi kepada masyarakat.
- Peneliti : Sebenarnya sayang juga ya pak sudah tidak menjual snack lagi, tapi apakah berpengaruh dari hasil penjualan pada Kanthi?
- Informan 1: Untungnya tidak terlalu berpengaruh mbak, karena mayoritas pengunjung yang datang ke Kanthi lebih suka membeli minuman nya ketimbang snack, karena minuman di sini enak enak pol, dan saya rasa snack itu cuma pendamping yang tidak seberapa perlu juga.
- Peneliti : Tapi ada tidak pak, customer lama yang sudah lama tidak ke Kanthi dan datang lalu menanyakan tentang snack gitu?
- Informan 1: Ada mbak ya lumayan banyak juga, Cuma saya selalu berusaha menjelaskan bahwa kita sudah tidak menjual snack lagi dan saya mengarahkan ke penjual snack sebelah.
- Peneliti : Hebat hebat.. tetap bisa mempertahankan ya pak. Oke pak saya lanjut pertanyaan selanjutnya ya.
- Informan1 : Monggo mbak, saya bantu sampai selesai.
- Peneliti : Alhamdulillah, terima kasih banyak Bapak.. saya lanjut ya. Bagaimana bapak dalam membangun komunikasi dengan customer Kanthi Coffee ?
- Informan 1 : Kalau saya biasanya ketika customer sudah mendapatkan pesannya saya selalu bertanya, seperti, apakah masih ada pesanan yang belum datang? Terus kalau lagi jaga kasir saya juga menjelaskan secara detail setiap minuman yang ada di menu yang mereka tanyakan.
- Peneliti : Kalau untuk customer yang complain gitu bagaimana pak ?
- Informan 1: Saya selalu memberikan jalan tengah, kadang ada kan ya mbak kalau cafe posisi lagi ramai dan kita kerja cepat, gitu itu pasti ada aja kayak perekat siller nya kurang lengket terus waktu customer mengkocok minuman ngerembes, nah itu biasanya kita samperin dan kita ucapin mohon maaf lalu kita ganti dengan minuman yang baru.
- Peneliti : Kalau dalam jumlah yang banyak terjadi hal seperti itu dalam sehari, apakah tidak rugi pak ?
- Informan 1 : Kalau rugi pasti iya, tapi kita juga harus bertanggung jawab demi kenyamanan customer, dan bisa jadi bahan evaluasi untuk kita.
- Peneliti : Berarti memang sudah siap akan segala resiko ya pak, oke pak saya lanjut pertanyaannya ya. Apa nih pak yang menjadi ciri khas pada Kanthi Coffee selama ini ?
- Informan 1 : Salah satu ciri khas Kanthi Coffee ini, yaitu cita rasa nya mbak, nah jadi gini memang banyak cafe-cafe lain yang tempatnya jauh lebih nyaman dan eastetic dari Kanthi tetapi kalau soal ciri khas kita punya kopi susu kanthi dan kopi susu aren, wah saya juga pernah tanya ke customer yang selalu datang ke Kanthi dan selalu memesan kopi susu kanthi, lalu saya tanya ke customer

- tersebut. Kenapa tidak mau mencoba kopi lain, lalu jawaban dia “ tidak mas awal saya datang ke kanthi saya iseng mencoba kopi susu kanthi dan ternyata rasanya sangat cocok di lidah saya, dan yang membuat saya kembali di Kanthi Coffee ini yak arena rasa dari kopi susu kanthi ”. Keren bukan mbak.
- Peneliti : Kalau seperti ini pasti Kanthi tidak ada matinya ya pak, secara ciri khas utama nya yaitu cita rasa, dan customer pun sampai kembali untuk kopi susu kanthi, tetapi kalau menurut bapak apakah rasanya enak yang di bilang customer ?
- Informan 1 : Jelas dong mbak, saya berusaha mengedukasi team saya agar tetap memberikan kekonsistenan terhadap cita rasa dari minuman-minuman yang di jual di kanthi.
- Peneliti : Pertanyaan selanjutnya pak, apakah Kanthi coffe menggunakan media konvensional dalam mengenalkan produknya? Jadi sebelumnya pak media konvensional itu seperti televisi, radio, Koran, majalah atau media cetak lainnya?
- Informan 1 : kalau untuk media seperti yang di bilang mbak nya, itu kita belum pernah mbak karena belum ada instruksi langsung dari owner.
- Peneliti : Jadi dalam bentuk apa Kanthi Coffee dalam mengenalkan produknya ?
- Informan 1 : Kita waktu awal buka memakai brosur mbak yang saya ingat isinya tidak seberapa ramai desainnya, tidak menunjukkan arti nama kanthi dan tidak ada menu-menu, nah tapi kita punya tujuan sendiri yaitu dengan adanya design yang simple dan menurut saya misterius, bisa membuat orang-orang yang mnedapat brosur itu jadi penasaran lalu tertarik mengunjungi Kanthi Coffee.
- Peneliti : Apakah iklan yang di buat melalui brosur dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ?
- Informan 1 : Minat kok mbak, karena waktu itu juga masih baru kan jadinya pada penasaran untuk mencoba nongkrong di Kanthi, nah waktu mereka sampai Kanthi kita kasih deh promo opening tapi kita informassin secara langsung.
- Peneliti : Apa ada keterlibatan konsumen atau selebram, untuk melakukan pengiklanan?
- Informan 1 : Lebih ke customer si mbak, kadang di minta tolongin untuk menjadi kontestan dalam pengiklanan dan di upload di Instagram Kanthi.
- Peneliti : Dalam bentuk apa biasanya pak ?
- Informan 1: Dalam bentuk video dan foto mbak. Jadi saya minta tolong ke customer untuk bersedia di foto dengan memegang minuman yang di pesannya, kalau video juga sama saya meminta tolong dengan menjelaskan keperluan nya untuk apa.

- Peneliti : Kalau selebgram belum ada ya pak?
Informan 1: Ada sih mbak, tapi lebih ke mereka yang upload di Instagram pribadi lalu menandai Instagram Kanthi Coffee.
Peneliti : Berarti cukup di kenal masyarakat meluas ya pak, baik pak itu tadi pertanyaan terakhir dari saya dan terima kasih sudah memberikan informasi.

Transkrip wawancara informan Sephia sebagai admin Instagram Kanthi Coffee

- Peneliti : Halo selamat malam kak Sephia, saya Sella dari universitas 17 agustus 1945. Saya mau melanjutkan wawancara saya, yang sebelumnya sudah wawancara dengan pak Adi yang sebagai supervisor sekaligus marketing public relation. Disini saya mau bertanya-tanya juga terkait penjualan, pengiklanan, dan promosi pada Kanthi Coffee, apakah kak sephia bersedia?
- Informan 2: Boleh mbak, silahkan, tapi tanya nya santai-santai saja ya kan?
- Peneliti : Tenang aja kak kita buat obrolan sesantai mungkin, saya mulai ya kak wawancara nya, sebelumnya sewaktu wawancara dengan pak Adi, Kanthi ini dalam pengiklanan, promosi itu menggunakan instagram ya kak ?
- Informan 2: Iya benar mbak, jadi kita promosi, terus iklan itu pakai Instagram
- Peneliti : Apakah dengan menggunakan media Instagram dalam promosi dan iklan dapat menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung ke Kanthi Coffee ?
- Informan 2 : Kalau menurut saya dapat menarik perhatian pelanggan, apalagi di jaman sekarang siapa yang tidak memakai Instagram, yah walaupun efeknya tidak sebesar itu tetapi dengan menggunakan Instagram dan kita dapat mengunggah postingan-postingan yang menarik orang jadi penasaran lalu datang ke kanthi.
- Peneliti : Biasanya dengan cara apa kak sephia tau kalau customer yang datang ke Kanthi taunya dari Instagram?
- Informan 2 : Tidak semuanya tau si mbak, tetapi kadang saya suka hafal orang-orang yang sering ke Kanthi dan orang baru, jadi ya saya random ada bertanya, seperti “kakak tau Kanthi Coffee dari mana ? ”. Dan kebanyakan dari mereka tau nya melalui Instagram, tetapi sebagian juga dari mulut, ke mulut.
- Peneliti : Apakah ada media lain kak untuk memperkenalkan kanthi coffee kepada masyarakat?
- Informan 2: Selain Instagram kita juga pakai Tiktok si kak, jadi kita mengunggah konten konten berupa video sedang membuat kopi, latte art, dan ada konten kretor yang datang juga untuk mereview Kanthi coffee ini mbak.
- Peneliti : Cukup menarik ya, bahkan sampai review dan di upload. Oh ya kak kenapa kok tidak menggunakan facebook ?
- Informan 2: Kalau saya rasa untuk facebook kurang si mbak, saya rasa orang-orang juga lebih tertarik melalui Instagram, mulai dari pengoperasiannya, fitur-fiturnya saya rasa Instagram tetap yang paling pas di banding facebook.
- Peneliti : Berarti untuk media nya hanya pakai Instagram dan Facebook aja ya kak ?
- Informan 2 : Betul mbak.

- Peneliti : Saya lanjut pertanyaan selanjutnya ya kak, bagaimana bentuk promo yang di lakukan oleh Kanthi coffee?
- Informan 2 : Sebenarnya Kanthi ini tidak terlalu gila promo si kak, dan kita juga tidak intens dalam mengadakan promo. Tetapi kita juga pernah ada promo yaitu paket dihari raya, jadi kita mengabungkan minuman tetapi dengan harga yang jauh lebih murah dibanding harga awal. Dan promo ini kita bagi melalui upload melalui Instagram, da nada promo lagi yaitu kolaborasi antara smm dan kanthi coffee. Jadi smm itu delaer motor vespa mbak.
- Peneliti : Wihh... kenapa tuh kak kok tidak sering membuat promo?
- Informan 2 : Saya rasa penjualan Kanthi sudah stabil dan saya juga blm ada instruksi lebih lanjut untuk melakukan promo-promo selanjutnya.
- Peneliti : Tapi bagaimana tanggapan customer terhadap promo yang dilakukan oleh Kanthi Coffee?
- Informan 2 : Syukurnya mereka menanggapi sangat positive dan pada waktu itu juga para customer cukup antusias untuk menanyakan sampai kapan promo berlangsung lalu informasi lainnya secara detail mengenai promo.
- Peneliti : Wah sebenarnya kalau di intenskan membuat promo-promo bisa jadi cuan si kak
- Informan : Benar, Cuma saya blm dapat instruksi lagi.
- 2 Peneliti : Baik kak untuk wawancara kali ini saya rasa cukup, terima kasih sudah membantu, mungkin untuk sesi selanjutnya saya harap kakak bersedia untuk membantu saya.

Transkrip wawancara kak Arla sebagai, barista di Kanthi Coffee and eatery

- Peneliti : Halo kak selamat malam, perkenalkan nama saya Sella saya dari universitas 17 Agustus 1945 surabaya, jadi keperluan saya di sini ingin mewawancarai kakak sebagaimana untuk memenuhi tugas akhir saya berupa skripsi, nah sebelumnya saya sudah mewawancarai pak Adi dan kak Sephia, dan saya ingin melanjutkan wawancara ke pada kakak, apakah kakak berkenan?
- Informan 3 : Halo kak, saya sangat berkenan dan siap untuk membantu kakak.
- Peneliti : Baik kak, terima kasih banyak, sebelumnya dengan kakak siapa ini, dan sebagai apa di Kanthi Coffee ini ?
- Informan 3 : Nama saya Arla, di sini saya pemegang bar atau barista dan kasir.
- Peneliti : Oke baiklah kak Arla, saya mulai ya, apakah Kanthi Coffee melakukan pemasaran secara langsung dalam penjualan ? jadi yang saya maksud yaitu Kanthi coffee menghubungi customer secara langsung dengan menjelaskan mengenai produk yang di jual di Kanthi.
- Informan 3 : Oh saya paham kak, jadi betul kak Kanthi menggunakan pemasaran secara langsung dalam penjualan.
- Peneliti : Medianya menggunakan apa kak ?
- Informan 3 : Nah untuk media nya sendiri kita menggunakan Instagram kak, jadi melalui foto-foto yang di unggah di Instagram yang dimana maksud tersebut mengajak followers Kanthi untuk mengunjungi Kanthi Coffee.
- Peneliti : Kalau melalui nomor wa misal kak? seperti tulisan yang isinya mengajak untuk ke Kanthi Coffee?
- Informan 3 : Kalau untuk nomor wa si belum kita kak, tetapi kalau melalui direct messenger Instagram kita pernah tetapi di waktu opening Kanthi, jadi isinya seperti yang kakak bilang yaitu mengajak customer Kanthi untuk datang ke Kanthi.
- Peneliti : Oh jadi Kanthi ini sangat-sangat memaksimalkan media Instagram sebagai ladang promosi, pengenalan, konten, bahkan untuk berinteraksi dengan customer juga.
- Informan 3 : betul kak.
- Peneliti : Lalu apa respon customer mengenai metode pemasaran secara langsung?
- Informan 3 : Kalau dari komentar dan balasan chat melalui dm sih semua merasa informasi yang diberikan itu menarik karena tidak ada complain apapun terkait chat yang dikirim.
- Peneliti : Pertanyaan selanjutnya, apakah kanthi juga melakukan metode penjualan personal selling kak? Jadi personal selling itu para karyawan menawarkan langsung kepada customer secara tatap muka ?
- Informan 3 : Oh iya kak, kita juga menggunakan metode personal selling, jadi

ada 2 macam sih kak, yang pertama customer yang datang tapi tidak langsung pesan jadi kita menawarkan langsung datang ke mejanya lalu mengupselling menu-menu yang ada.

Dan yang kedua itu, customer yang datang langsung dan menuju meja kasir, disitu para karyawan juga menjelaskan ingredient yang ada di menu, lalu memberi rekomendasi menu-menu favorit.

Peneliti : Apakah dengan cara tersebut diterima dengan baik kak oleh calon customer?

Informan 3 : Saya rasa diterima ya kak, karena kita selalu berusaha memberikan yang terbaik dan selalu memberikan jawaban sesuai apa yang ditanyakan oleh customer.

Peneliti : Baik kak, tadi itu sekalian pertanyaan terakhir, terima kasih sudah mau membantu, saya mohon maaf bila ada salah kata ya kak.

Transkrip wawancara berdasarkan panduan Brand Image

- Peneliti : Halo pak Adi, selamat malam, kita bertemu lagi, jadi langsung saja ya pak kedatangan saya disini untuk melanjutkan wawancara mengenai skripsi saya, dan mohon bantuannya untuk pak Adi
- Informan 1 : Silahkan mbak sella monggo, saya siap membantu.
- Peneliti : Baik pak, untuk pertanyaan pertama, kenapa dinamakan Kanthi Coffee and eatery ?
- Informan 1 : Kata Kanthi itu berasal dari bahasa jawa, yaitu nganti yang di persingkat jadi Kanthi yang artinya, Kita memiliki tujuan dan cita-cita yang dimana pasti banyak lika-likunya, banyak cobaannya tetapi harus tetap kita jalani dan kita nikmati prosesnya.
- Peneliti : Jawa gitu ya mas, biasanya kan kafe-kafe jaman sekarang menggunakan nama yang kebarat-baratan gitu.
- Informan 1 : Itu biar kafe kita beda dari yang lainnya mbak, karena kita juga berada di jawa timur biar tidak lupa kalau Kanthi di bangun di Jawa Timur.
- Peneliti : Menarik sekali ya, dari konsepnya yang kekinian tetap menggunakan nama jawa, oke pak kita lanjut ya. Lalu apa keunggulan yang ada pada Kanthi coffee and eatery?
- Informan 1 : Ada beberapa keunggulan di Kanthi, salah satunya yaitu cita rasa, jadi di Kanthi ini sangat menekankan bagaimana kita dalam meracik minuman agar tetap terjaga konsisten dalam rasa, dari konsistennya itu tadi akan membuat pelanggan yang suka dengan minuman kita lalu kembali lagi untuk membeli minuman kita. Menurut saya cita rasa itu nomor satu di sini dan yang menjadi khas adalah kopi susu kanthi yang di sajikan untuk mereka yang tidak terlalu kuat rasa kopinya tetapi masih ada kopinya, kopi dengan rasa yang creamy dan lembut sehingga rasanya nyaman untuk di konsumsi, lalu ada kopi susu aren yang dimana rasa kopinya strong yang cocok untuk mereka penikmat kopi dengan sajian gula aren khas Kanthi.
Dan ada minuman lainnya yang tidak menggunakan kopi, seperti Ice matcha, Ice matcha yang ada pada Kanthi memiliki rasa yang cukup unik tidak terlalu pahit dan lebih creamy Karena atasnya di beri cream matchiato. Lalu ada minuman dengan bahan dasar tea, yaitu strawberry peach tea rasanya yang segar dan manis lalu di beri pelengkap berupa buah peach. Itu si mbak jadi minuman di Kanthi ini unik-unik rasanya.
Keunggulan selanjutnya yaitu, dari segi kenyamanan tempat, di kanthi ini di sediakan space untuk indoor dan outdoor (yang dimana sebagai area merokok). Lalu nyaman dari tempat

- parkir, tempat parkirnya luas bisa untuk mobi, dan motor. Dan Kanthi ini berada dekat dengan jalan raya jadi tidak perlu takut untuk terlalu berisik karena jauh dari pemukiman.
- Peneliti : Nah pak bicara soal unik nih, apasih yang menjadi keunikan dari Kanthi Coffee ini pak.
- Informan 1 : Yang menjadi keunikan adalah, kita memiliki jargon berupa Eat.Drink.Work.Play yang artinya makan minum kerja dan main, dengan filosofi kita dapat merasakan maknanaan ringan lalu jangan lupa memesan minuman yang ada pada kanthi coffee dan jangan lupa untuk menyelesaikan pekerjaan, lalu kalau selesai jangan lupa untuk bermain lagi bersama teman teman” nnah jargon ini tertulis di cup gelas minuman.
- Lalu yang kedua yaitu, ketika pelanggan masuk kita menyambutnya dengan sapaan “Kanthi monggo pinarak silahkan” nah itu dari bahasa jawa yang artinya “Kanthi, mari silahkan duduk”
- Yang ketiga yaitu arti dari logo Kanthi, nah disini kan ada icon orang sedang duduk lalu menghadap atas sambil tersenyum dan memegang kaki, itu yang menghadap atas kayak melihat cita-cita kita sudah tercapai dan angan-angan juga tercapai, lalu sambil duduk dan tersenyum itu tetap santai kalau capek istirahat tapi gaboleh nyerah salam proses nganti.
- Peneliti : Itu logo nya menggunakan jasa design atau bagaimana ya pak, karena menurut saya dari arti logo yang dijelaskan oleh bapak sangat dalam dan menginspirasi jika orang mengetahui artinya.
- Informan 1 : Nah kebetulan ini semua adalah ide dari owner kita, yang dimana mereka bisa dibbilang otak dari semua yang ada pada Kanthi Coffee ini, ide desain logo dituangkan lalu memakai jasa design agar terlihat sangat indah dan enak di pandang.
- Peneliti : Oke pak, saya rasa cukup saya sangat berterima kasih untuk semua jawaban dan Kanthi team yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya hingga sampai saat ini.

Transkrip wawancara berdasarkan panduan Instagram

- Peneliti : Halo kak sephia, selamat sore, kita bertemu lagi. Jadi tujuan saya disini ingin melanjutkan wawancara untuk skripsi saya, semoga kak sephia bersedia untuk membantu saya
- Informan 2 : Saya selalu bersedia mbak, aman semuanya.
- Peneliti : Baik kak, saya langsung saja ya, pertanyaannya hanya satu tapi saya harap kak sephia dapat menjelaskan secara rinci. Bagaimana cara Kanthi coffee mengkonsep agar customer tertarik untuk mengunjungi kanthi coffee dengan melalui Instagram?
- Informan 2 : Berdasarkan apa yang sudah saya kerjakan, saya membuat Instagram ini dengan tujuan agar Kanthi di kenal lebih luas oleh masyarakat luar, dengan harapan di kenalnya dalam hal positif dan menginspirasi masyarakat luar sana. Dan Instagram ini kan salah satu media sosial yang sangat hype di semua kalangan, baik tua maupun mudah, jadi sangat tergugah untuk lebih berfokus pada Instagram dalam mensebarluaskan Kanthi coffee ini. Instagram banyak sekali fitur-fiturnya, itu yang membuat saya sangat tertarik karena akan membuat konten-konten yang saya unggah lebih tertata sesuai penempatan, konsepnya saya tetap dengan tema eart tone biar sesuai dengan konsep di kafe Kanthi, lalu saya membuat video-video berupa kegiatan barista dalam menjalankan pekerjaannya, dan saya mmebuat video yang dimana saya melihatkan sudut-sudut kanthi yang tentunya juga memerlukan kestabilan dalam merekam gambar editing gradasi warna agar terlihat lebih menarik dan enak di tonton. Setelah itu foto-foto yang kita unggah yaitu dengan menunjukkan minuman yang kita jual, dan kita foto dengn konsep semenarik mungkin agar enak di pandan. Lalu kita juga mengandalkan fitur-fitur lainnya seperti direct messenger, kita selalu menerima kritik dan saran melalui direct messenger agar customer merasakan kenyamanan dari Kanthi coffee and eatery. Lalu juga di buat nya caption-caption yang menarik agar dapat menarik masyarakat.
- Peneliti : Terima kasih kak sephia untuk informasi yang sangat berharga bagi saya, dan ini sekaligus pertanyaan terakhir yang saya tanyakan, terima kasih banyak sudah membantu saya sampai saat ini.

**Transkrip wawancara pada 2 customer Kanthi Coffee And Eatery.
Kak Ola, mahasiswa unair**

- Peneliti : Halo kak selamat sore, perkenalkan nama saya Sella, saya mahasiswi dari universitas 17 Agustus, disini saya sedang menyelesaikan skripsi saya yang dimana kanthi coffee adalah objek yang menjadi penelitian saya, nah disini saya mau menanyakan beberapa pertanyaan kepada kakak yang sebagai customer kanthi terhadap apa yg ada pada kanthi coffee, apakah kakak bersedia?
- Kak Ola : Halo kak Sella, boleh aku bersedia
- Peneliti : Oke sebelumnya dengan kakak siapa dan kegiatan kakak sehari-hari sebagai apa ?
- Kak Ola : Nama aku Ola, aku mahasiswi semester 2 di unair
- Peneliti : Oke Kak Ola, kakak disini ngekos atau tinggal sama orang tua?
- Kak Ola : Kebetulan saya ngekos dekat sini dan saya dari Jakarta
- Peneliti : Wih keren lo jauh banget
- Kak Ola : Yah gimana lagi, keterima nya disini, harus disyukuri.
- Peneliti : Semoga sukses ya kak, baik kita mulai ya kak, kak Ola ini tau Kanthi Coffee dari mana ?
- Kak Ola : Aku tau Kanthi ini dari kakak tingkat aku, kan aku ada gabung organisasi dan beberapakali meeting nya di Kanthi coffee ini.
- Peneliti : Cukup sering gitu kak, kalau ngadain meeting-meeting gitu?
- Kak Ola : Lumayan sih kak, soalnya kan dekat sama kampus jadinya kita pilih tengah-tengahnya aja kalau ada meeting atau mungkin kerja kelompok.
- Peneliti : Kalau dari kak Ola sendiri sesering apa datang ke Kanthi ?
- Kak Ola : Bisa di bilang hampir setiap hari si kak
- Peneliti : Kenapa Kanthi kak, apa yang membuat kak Ola ini kembali lagi ke Kanthi ?
- Kak Ola : Dekat dengan kos ya yang paling utama, jadi aku ga perlu banyak ongkos kalau mau nongkrong, ngopi, atau ngerjain tugas. Dan yang paling utama yaitu kopi susu kanthi si kak, jujur saya jatuh cinta sama kopi susu kanthi yang ada di sini, rasanya cocok banget di lidahku, kopinya gak terlalu strong dan creamy cocok buat aku yang suka asam lambung, dan aku tiap datang kesini yang selalu aku pesen ya kopi susu kanthi ini, yah walaupun harganya sedikit mahal tapi aku tidak masalah dengan rasa yang sangat pas dilidahku.
- Peneliti : Wih berarti alasan utama kak Ola balik kesini itu dari rasa ya kak?
- Kak Ola : salah satu dari yang utama si kak, ada alasan lain kayak ada space indoor dan outdoornya trs ada wifinya, di indoornya ac nya cukup dingin juga, intinya udah cocok sama Kanthi.

- Peneliti : Berarti kak Ola lebih sering dinein ya dari pada takeaway?
Kak Ola : Hampir tidak pernah si kak, karena lebih enak langsung sambil nongkrong-nongkrong gitu.
- Peneliti : Nah... ini dari tadi kan kak Ola menyebutkan kelebihan
Kanthi, terus menurut kakak apa kekurangan Kanthi dan apa yang perlu ditingkatkan pada Kanthi?
- Kak Ola : Menurut aku ya kekurangannya itu di toiletnya si kak, kayaknya itu bukan milik Kanthi ya, jadinya kayak toilet umum gitu nah menurut aku kurang privacy aja si kak, sama wifinya sering lemot kalau customer nya banyak, dan kalau mbulak malah gak gerak sama sekali, itu aja si kak.
- Peneliti : Baik Kak Ola, terima kasih untuk waktunya, dan terima kasih sudah membantu saya.

Kak Helena, pekerja

- Peneliti : Halo kak selamat malam, maaf mengganggu, boleh minta waktunya sebentar, perkenalkan nama saya Sella, saya mahasiswi yang sedang mengerjakan skripsi dan kebetulan mengangkat tema coffee shop dan kanthi menjadi objeknya, nah maksud saya disini yaitu ingin menjadikan kakak sebagai informan saya, yang nantinya saya akan memberikan beberapa pertanyaan, apakah kakak bersedia ?
- Kak Helena : Halo kak, boleh dengan senang hati.
- Peneliti : Sebelumnya dengan kakak siapa dan kesehariannya sebagai apa ?
- Kak Helena : Nama saya Helena, keseharian saya sebagai pekerja
- Peneliti : Oke kak Helena, saya mulai ya kak. Kak Helena tau Kanthi Coffee ini dari mana ya?
- Kak Helena : Kalau saya taunya dari Instagram si kak, jadi gak sengaja lewat di explore instagram saya yang kebetulan Kanthi ini lagi upload video membuat latte art, dan akhirnya saya scroll dan kebetulan teman saya mengajak untuk nongkrong akhirnya saya datang deh kekanthi.
- Peneliti : Sesering apa kakak nongkrong di Kanthi ?
- Kak Helena : Lumayan sering kak, karena kebetulan teman-teman aku nongkrongnya didaerah gubeng tapi aku juga suka sih nongkrong disini
- Peneliti : Sukanya karena apa kak?
- Kak Helena : Aku suka karena tempatnya luas terus tutupnya malem, dan kopi susu aren nya enak sihh, kopi nya strong dan ga menye-menye rasanya beda karena aku suka kopi yang strong jadinya Kanthi cocok buat aku.
- Peneliti : Berarti kakak sangat suka kopi ya
- Kak Helena : Suka sekali, dan kebetulan aku pernah jadi barista jadinya suka banget sama kopi.
- Peneliti : keren banget, berarti cukup faham lah ya tentang perkopian, nah berhubung kakak mengerti nih, menurut kakak apasih kekurangan kanthi dan kelebihan kanthi menurut kakak?
- Kak Helena : Kalau dari aku kelebihannya, soal rasa sih kak aku juga sudah coba beberapa menu non kopi dan rasanya enak sih. Kalau kurangnya itu dari wifi jujur lemot sihh dan Ac di depan bar kurang dingin. Selebihnya si okee sekali.
- Peneliti : Oke kak saya rasa cukup, terima kasih banyak ya kak sudah membantu memberikan jawaban.

Lampiran 5 Hasil Turnitin

Jurnal			
ORIGINALITY REPORT			
15%	15%	4%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source		2%
2	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source		2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1%
4	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source		1%
5	journal.uir.ac.id Internet Source		1%
6	ejournal.unesa.ac.id Internet Source		1%
7	eprints.unm.ac.id Internet Source		1%
8	sasanadigital.com Internet Source		1%
9	dspace.nuft.edu.ua Internet Source		1%

Lampiran 6 Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Dewi Sella Wati

NIM : 1151900149

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Revisi seperti yg telah dibahas pada saat sidang

Surabaya, 3 Juli 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



(Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom



(Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI



Nama : Dewi Sella Wati


NIM : 1151900149

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

ikuti keserahan dg mpp ke dosen
 pengantar

Surabaya,
 Persetujuan Dosen Penguji  Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 


 (Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom)


 (Mohammad Insan Romadhan,
 S.I.Kom., M.Med.Kom)

Romadhan,

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Dewi Sella Wati

NIM : 1151900149

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Revisi BAB IV Berhian antara Hasil
Analisa of Perbaikan

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1.


(Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom)


(Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom)