

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Interview Guide



### PEDOMAN WAWANCARA

**JEREMY REVANTAMA**

**NBI. 1151800003**

Nama Informan :

Tanggal Wawancara :

Panduan wawancara penelitian kualitatif Membangun Brand Image pada *Coffee Kaiten* melalui Instagram. Wawancara ini berdasarkan teori brand expression, yang mencakup elemen brand identity, brand positioning, dan brand personality.

#### **Pendahuluan**

1. Perkenalan Diri: Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda dan peran Anda di *Coffee Kaiten*?
2. Tujuan Wawancara: Hari ini, kami ingin mendiskusikan cara membangun brand image *Coffee Kaiten* melalui Instagram dengan fokus pada identitas brand, posisi brand, dan kepribadian brand.

#### **Elemen Brand Identity**

1. Identitas Brand: Apa yang membuat *Coffee Kaiten* unik dibandingkan dengan kafe lain?
2. Nilai Inti: Apa nilai inti yang dipegang oleh *Coffee Kaiten*?
3. Simbol dan Logo: Bagaimana Anda memilih simbol dan logo *Coffee Kaiten*? Apa makna di baliknya?
4. Tagline: Apakah *Coffee Kaiten* memiliki tagline? Jika iya, apa tagline tersebut dan apa maknanya?
5. Sejarah Brand: Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang sejarah dan latar belakang pendirian *Coffee Kaiten*?
6. Visi dan Misi: Apa visi dan misi utama *Coffee Kaiten*?
7. Pilar Brand: Apa saja pilar utama yang mendasari identitas brand *Coffee Kaiten*?

#### **Elemen Brand Positioning**

1. Posisi di Pasar: Bagaimana Anda ingin *Coffee Kaiten* dikenal di pasar?

2. Target Audiens: Siapa target audiens utama Coffee Kaiten?
3. Segmentasi Pasar: Bagaimana Anda membagi audiens menjadi segmen-segmen yang berbeda?
4. Kompetitor: Siapa kompetitor utama Coffee Kaiten, dan bagaimana Anda membedakan diri dari mereka?
5. Keunggulan Kompetitif: Apa keunggulan kompetitif utama Coffee Kaiten?
6. Persepsi Konsumen: Bagaimana Anda ingin konsumen memandang Coffee Kaiten?
7. Nilai Tambah: Apa nilai tambah yang ditawarkan Coffee Kaiten dibandingkan kompetitor?

### **Elemen Brand Personality**

1. Kepribadian Brand: Bagaimana Anda menggambarkan kepribadian *Coffee Kaiten* dalam tiga kata?
2. Ciri Kepribadian: Apa ciri khas utama dari kepribadian brand Coffee Kaiten?
3. Komunikasi di Instagram: Bagaimana kepribadian tersebut tercermin dalam konten Instagram Anda?
4. Gaya Visual dan Nada Suara: Bagaimana gaya visual dan nada suara yang digunakan di Instagram mencerminkan kepribadian brand?
5. Nilai Emosional: Apa nilai emosional yang ingin Anda sampaikan melalui konten Instagram?
6. Pencitraan Brand: Bagaimana Anda memastikan pencitraan brand yang konsisten melalui berbagai postingan?
7. Engagement dengan Pengikut: Bagaimana cara Anda berinteraksi dengan pengikut di Instagram untuk memperkuat kepribadian brand?

### **Strategi Konten di Instagram**

1. Jenis Konten: Jenis konten apa yang paling sering Anda posting di Instagram?
2. Cerita dan Narasi: Bagaimana Anda menggunakan storytelling untuk membangun hubungan dengan audiens?
3. Konten Visual: Bagaimana Anda memilih dan menciptakan konten visual yang menarik?
4. Frekuensi Posting: Seberapa sering Anda memposting konten baru di Instagram?
5. Tema Konten: Apakah ada tema khusus yang Anda gunakan dalam konten Instagram?
6. Penggunaan Hashtag: Bagaimana Anda menggunakan hashtag untuk meningkatkan jangkauan konten?
7. Konten Interaktif: Apakah Anda menggunakan fitur interaktif seperti polling atau Q&A? Jika iya, bagaimana hal ini membantu membangun brand image?

### **Engagement dan Interaksi**

1. Respons terhadap Komentar: Bagaimana Anda menanggapi komentar dari pengikut di Instagram?
2. Pesan Pribadi: Bagaimana Anda menangani pesan pribadi dari pengikut di Instagram?
3. Feedback Positif: Bagaimana Anda menyoroti dan membagikan feedback positif dari pelanggan?
4. Feedback Negatif: Bagaimana Anda menangani feedback negatif di media sosial?
5. Kolaborasi: Apakah Anda bekerja sama dengan influencer atau brand lain di Instagram? Bagaimana hal ini membantu dalam membangun brand image?
6. Acara dan Giveaway: Apakah Anda menyelenggarakan acara atau giveaway di Instagram? Jika iya, bagaimana ini berdampak pada engagement?

### **Evaluasi dan Pengukuran**

1. Metrik Sukses: Bagaimana Anda mengukur keberhasilan strategi Instagram Anda?
2. Insight Instagram: Bagaimana Anda menggunakan Instagram Insights untuk menganalisis performa konten?
3. Penyesuaian Strategi: Apa yang Anda lakukan jika suatu strategi tidak berjalan sesuai harapan?
4. Benchmarking: Apakah Anda membandingkan performa Instagram Coffee Kaiten dengan kompetitor? Jika iya, bagaimana?
5. Eksperimen Konten: Apakah Anda melakukan eksperimen dengan berbagai jenis konten? Jika iya, bagaimana Anda mengevaluasi hasilnya?
6. Keterlibatan Tim: Bagaimana tim Anda terlibat dalam merancang dan mengimplementasikan strategi konten Instagram?

### **Penutup**

1. Rangkuman: Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan mengenai cara *Coffee Kaiten* membangun brand image melalui Instagram?
2. Terima Kasih: Terima kasih banyak atas waktu dan wawasan yang telah Anda berikan.



## PEDOMAN WAWANCARA

**JEREMY REVANTAMA**  
**NBI. 1151800003**

Pedoman Wawancara dari sudut pandang konsumen

Pengantar:

1. Sapa informan dan ucapkan terima kasih atas kesediaannya untuk diwawancarai.
2. Jelaskan tujuan wawancara yaitu untuk memahami pengalaman mereka dengan *Coffee Kaiten*.

Pertanyaan Umum:

1. Bisa ceritakan sedikit tentang bagaimana pertama kali Anda mengenal *Coffee Kaiten*?
2. Apa yang membuat Anda tertarik untuk masuk dan mencoba *Coffee Kaiten*?

Pengalaman Awal:

3. Bagaimana kesan Anda saat pertama kali mengunjungi *Coffee Kaiten*?
4. Apa yang paling menarik perhatian Anda di *Coffee Kaiten* saat kunjungan pertama?

Pengaruh Media Sosial:

5. Apakah Anda melihat peran media sosial, seperti Instagram, dalam menarik minat Anda untuk mengunjungi *Coffee Kaiten*?
6. Konten seperti apa yang paling menarik perhatian Anda di akun Instagram *Coffee Kaiten*?

Aspek Pemasaran:

7. Selain Instagram, apakah Anda melihat ada aspek lain dari pemasaran *Coffee Kaiten* yang efektif?
8. Bagaimana menurut Anda tentang lokasi dan suasana di *Coffee Kaiten*?

Kualitas Produk:

9. Bagaimana menurut Anda kualitas kopi dan makanan yang disajikan di *Coffee Kaiten*?
10. Adakah menu favorit yang Anda rekomendasikan di *Coffee Kaiten*?

Layanan dan Pengalaman:

11. Bagaimana Anda menilai pelayanan dan profesionalitas staf di *Coffee Kaiten*?
12. Apakah ada event atau promosi khusus yang pernah Anda ikuti di *Coffee Kaiten*?

Keunikan dan Budaya:

13. Bagaimana pandangan Anda tentang konsep dan tema budaya Jepang yang diusung *Coffee Kaiten*?
14. Apakah Anda merasa terhubung dengan konsep dan filosofi *Coffee Kaiten*?

Penutup:

15. Apakah ada pesan terakhir yang ingin Anda sampaikan tentang *Coffee Kaiten*?
16. Apakah Anda memiliki saran atau harapan untuk *Coffee Kaiten* ke depannya?

Penutup:

1. Ucapkan terima kasih atas waktu dan informasi yang telah diberikan oleh informan.
2. Sampaikan harapan agar pengalaman informan dapat menginspirasi orang lain untuk mengunjungi *Coffee Kaiten*.

**Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara**  
**Foto bersama Informan (5 Juni 2024)**



Informan 1




Informan 2



Informan 3 & 4


### Lampiran 3 : Lembar Bimbingan













UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.  
 Gedung : F 101 - J. Semolowaru, 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031 5623982, 5631800 psw. 159 e-mail : [info@untag-sby.ac.id](mailto:info@untag-sby.ac.id)

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Jeremy Ravantama  
 NBI : 1151800003  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : XXXXXXXXXX Drs. Edy Sudaryanto, M.I. Kom 7-10-23  
10-11-23  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.  
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Membangun Brand Image Kaiten Cafe di Surabaya  
 Membangun Brand Image Kaiten Coffee melalui Instagram 

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	13/10'22	Bab I. Revisi LHM, judul skripsi		
2	21/10'22	Perbaikan judul, keuletakan dan abstrak serta teori yg digunakan		-
3	16/11'22	Revisi Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian		
4	16/3'23	Bab I LHM, rumusan 2 tujuan Bab II Kerangka pikir		
5	30/3'23	Bab I LHM diperjelas Bab II Critical review & kerangka Bab III Formulas sales		
6	5/5'23	Revisi Abstrak dan catatan Bab I Critical review Bab III Jenis Data, Informan & wawancara		
7	22/5'23	Bab I & II Abstrak Bab III Revisi teknis analisis data + pembahasan		
8	25/8'23	Bab III Ace		
9	6/10'23	Perubahan judul Ace Bab I-III Ace		
10	30/10'23	Bab I-III Ace		





**KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

NO	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1		lanjut ke Bab Berakhir		<i>[Signature]</i>
2	24/11/23	Bab IV - kecer interview guide revisi		<i>[Signature]</i>
3	8/5/24	Cari cara member ya <u>Barak</u> <u>Uniga</u>	<i>[Signature]</i>	
4	15/5/24	lanjut	<i>[Signature]</i>	
5	22/5/24	lanjut ke IV	<i>[Signature]</i>	
6	6/6/24	lanjut	<i>[Signature]</i>	
7	12/6/24	lanjut bab V	<i>[Signature]</i>	
8	13/6/24	bab IV Revisi	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	14/6/24	ace V	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10	19/6/24	bab IV & V Ace	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

Tanggal : 19 Juni 2024

Dosen Pembimbing I,

*[Signature]*  
 Edy S

Dosen Pembimbing II,

*[Signature]*  
 Ni Wati P.

## Lampiran 4 : Hasil Turnitin

---

### Bab 1,4,5 Jeremy

---

#### ORIGINALITY REPORT

---

**15%**

SIMILARITY INDEX

**15%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**5%**

STUDENT PAPERS

---

#### PRIMARY SOURCES

---

<b>1</b>	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	2
<b>2</b>	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	2
<b>3</b>	<a href="http://ejournal.unitomo.ac.id">ejournal.unitomo.ac.id</a> Internet Source	2
<b>4</b>	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	2
<b>5</b>	<a href="http://journal.uib.ac.id">journal.uib.ac.id</a> Internet Source	1
<b>6</b>	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1
<b>7</b>	Nur Dina. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Omah Kopi Mandiri Tulungagung Melalui Media Sosial Instagram", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024 Publication	1
<b>8</b>	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	

		1
9	<a href="http://www.jawapos.com">www.jawapos.com</a> Internet Source	1
10	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1
11	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1
12	<a href="http://ejournal.unesa.ac.id">ejournal.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1
13	<a href="http://jurnal.uinsu.ac.id">jurnal.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1
14	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1
15	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1
16	<a href="http://etheses.uinmataram.ac.id">etheses.uinmataram.ac.id</a> Internet Source	<1
17	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1
18	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1
19	<a href="http://surabaya.bisnis.com">surabaya.bisnis.com</a> Internet Source	

		<1
20	Fera Kusno, Amanda Radityani, Monika Kristanti. "ANALISA HUBUNGAN BRAND STRATEGY YANG DILAKUKAN GOOTA JAPANESE CHARCOAL GRILL AND CAFE DAN BRAND EQUITY YANG SUDAH DITERIMA KONSUMEN", 'Petra Christian University', 2013 Internet Source	<1
21	<a href="http://ashe.en.alibaba.com">ashe.en.alibaba.com</a> Internet Source	<1
22	<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1
23	<a href="http://www.collegeparentcentral.com">www.collegeparentcentral.com</a> Internet Source	<1
24	<a href="http://maestroysociedad.uo.edu.cu">maestroysociedad.uo.edu.cu</a> Internet Source	<1
25	<a href="http://www.quipper.com">www.quipper.com</a> Internet Source	<1
26	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1
27	<a href="http://www.tangerangepres.co.id">www.tangerangepres.co.id</a> Internet Source	<1
28	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet Source	

		<1
29	online-business-tips.s3.us-east-005.backblazeb2.com Internet Source	<1
30	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1
31	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1
32	wineda.multiply.com Internet Source	<1
33	www.neliti.com Internet Source	<1
34	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

## Lampiran 5 : Wawancara

### Wawancara Pemilik Cafe Kaiten 9 Juni 2024

#### Pendahuluan

Peneliti : Halo! Terima kasih telah meluangkan waktu untuk berbicara dengan kami hari ini. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda dan peran Anda di Cafe Kaiten?

Pemilik cafe Kaiten : Tentu, dengan senang hati. Nama saya Achmad Fakhurrozi, dan saya adalah pendiri sekaligus **Pemilik Cafe Kaiten**. Saya terlibat dalam hampir semua aspek operasional kafe, mulai dari pengembangan konsep, pemilihan menu, hingga strategi pemasaran, termasuk pengelolaan akun Instagram kami.

Peneliti : Terima kasih. Hari ini, kami ingin mendiskusikan cara membangun brand image Cafe Kaiten melalui Instagram dengan fokus pada identitas brand, posisi brand, dan kepribadian brand.

#### Elemen Brand Identity

Peneliti : Apa yang membuat Cafe Kaiten unik dibandingkan dengan kafe lain?

Pemilik cafe Kaiten : Cafe Kaiten menggabungkan kehangatan kopi dengan nuansa izakaya yang otentik. Kami menawarkan pengalaman yang berbeda dengan kafe lainnya di Surabaya dengan menghadirkan suasana yang lebih santai dan ramah, mirip dengan izakaya di Jepang.

Peneliti : Apa nilai inti yang dipegang oleh Cafe Kaiten?

Pemilik cafe Kaiten : Nilai inti kami adalah kualitas, keramahan, dan keaslian. Kami berkomitmen untuk menyajikan kopi terbaik dengan layanan yang ramah dan menciptakan pengalaman otentik bagi pelanggan.

Peneliti : Bagaimana Anda memilih simbol dan logo Cafe Kaiten? Apa makna di baliknya?

Pemilik cafe Kaiten : Logo kami terinspirasi dari elemen tradisional Jepang yang sederhana namun elegan. Kami memilih simbol

yang mencerminkan keseimbangan dan harmoni, sejalan dengan konsep izakaya yang ingin kami ciptakan.

Peneliti : Apakah Cafe Kaiten memiliki tagline? Jika iya, apa tagline tersebut dan apa maknanya?

Pemilik cafe Kaiten : Ya, tagline kami adalah "Experience the warmth, taste the tradition." Tagline ini mencerminkan komitmen kami untuk memberikan pengalaman hangat dan autentik, sekaligus mengajak pelanggan menikmati tradisi kopi dan izakaya

Peneliti : Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang sejarah dan latar belakang pendirian Cafe Kaiten?

Pemilik cafe Kaiten : Cafe Kaiten didirikan pada tanggal 6 September 2021. Inspirasi utama kami datang dari Biru Coffeebar di Bandung, di mana kami pertama kali mengenal konsep izakaya. Kami ingin membawa konsep tersebut ke Surabaya, dengan semangat yang sama untuk menyajikan kopi berkualitas dalam suasana yang nyaman dan otentik.

Peneliti : Apa visi dan misi utama Cafe Kaiten?

Pemilik cafe Kaiten : Visi kami adalah menjadi destinasi utama bagi pecinta kopi dan izakaya di Surabaya. Misi kami adalah menyediakan kopi berkualitas tinggi, layanan yang ramah, dan suasana yang mengundang orang untuk berkumpul dan bersantai.

Peneliti : Apa saja pilar utama yang mendasari identitas brand Cafe Kaiten?

Pemilik cafe Kaiten : Pilar utama kami meliputi kualitas produk, keaslian konsep, keramahan layanan, dan inovasi berkelanjutan. Kami selalu berusaha untuk meningkatkan diri dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

### **Elemen Brand Positioning**

Peneliti : Bagaimana Anda ingin Cafe Kaiten dikenal di pasar?

- Pemilik cafe Kaiten : Kami ingin dikenal sebagai kafe dengan konsep unik yang menggabungkan kopi berkualitas dengan suasana izakaya yang otentik dan ramah
- Peneliti : Siapa target audiens utama Cafe Kaiten?
- Pemilik cafe Kaiten : Target audiens kami adalah para pecinta kopi, baik yang muda maupun tua, yang mencari tempat yang nyaman untuk bersantai dan menikmati suasana yang berbeda.
- Peneliti : Bagaimana Anda membagi audiens menjadi segmen-segmen yang berbeda?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami memiliki beberapa segmen audiens, termasuk mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga. Kami menyediakan berbagai promosi dan acara yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing segmen
- Peneliti : Siapa kompetitor utama Cafe Kaiten, dan bagaimana Anda membedakan diri dari mereka?
- Pemilik cafe Kaiten : Kompetitor utama kami adalah kafe-kafe lain di Surabaya yang juga menawarkan kopi berkualitas. Kami membedakan diri dengan menggabungkan konsep izakaya yang unik dan menghadirkan suasana yang lebih intim dan ramah
- Peneliti : Apa keunggulan kompetitif utama Cafe Kaiten?
- Pemilik cafe Kaiten : Keunggulan kompetitif kami terletak pada konsep unik kami, kualitas kopi, dan pelayanan yang ramah. Kami juga berfokus pada menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan otentik
- Peneliti : Bagaimana Anda ingin konsumen memandang Cafe Kaiten?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami ingin konsumen memandang Cafe Kaiten sebagai tempat yang hangat, otentik, dan berkualitas tinggi, di mana mereka bisa menikmati kopi terbaik dalam suasana yang nyaman dan ramah.



- Peneliti : Apa nilai tambah yang ditawarkan Cafe Kaiten dibandingkan kompetitor?
- Pemilik cafe Kaiten : Nilai tambah kami termasuk suasana izakaya yang unik, pelayanan yang sangat ramah, dan kualitas kopi yang tidak kalah dengan kafe ternama lainnya

### **Elemen Brand Personality**

- Peneliti : Bagaimana Anda menggambarkan kepribadian Cafe Kaiten dalam tiga kata?
- Pemilik cafe Kaiten : Hangat, otentik, ramah
- Peneliti : Apa ciri khas utama dari kepribadian brand Cafe Kaiten?
- Pemilik cafe Kaiten : Ciri khas utama kami adalah keramahan dan perhatian terhadap detail. Kami ingin setiap pelanggan merasa diterima dan dihargai.
- Peneliti : Bagaimana kepribadian tersebut tercermin dalam konten Instagram Anda?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami selalu berusaha menyampaikan keramahan dan kehangatan melalui setiap postingan. Konten kami mencakup momen kebersamaan, ulasan pelanggan, dan foto-foto yang menunjukkan suasana nyaman di kafe kami.
- Peneliti : Bagaimana gaya visual dan nada suara yang digunakan di Instagram mencerminkan kepribadian brand?
- Pemilik cafe Kaiten : Gaya visual kami sederhana dan elegan, dengan warna-warna hangat yang mencerminkan suasana kafe. Nada suara kami ramah dan mengundang, memastikan setiap postingan terasa personal dan autentik
- Peneliti : Apa nilai emosional yang ingin Anda sampaikan melalui konten Instagram?

- Pemilik cafe Kaiten : Kami ingin menyampaikan perasaan hangat dan nyaman, serta rasa kebersamaan yang kuat di setiap konten kami.
- Peneliti : Bagaimana Anda memastikan pencitraan brand yang konsisten melalui berbagai postingan?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami memiliki panduan gaya yang ketat dan tim kreatif yang memastikan setiap postingan sesuai dengan identitas dan kepribadian brand kami. Konsistensi adalah kunci untuk menjaga citra brand yang kuat.
- Peneliti : Bagaimana cara Anda berinteraksi dengan pengikut di Instagram untuk memperkuat kepribadian brand?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami aktif merespons komentar dan pesan pribadi dengan ramah dan personal. Kami juga sering mengadakan sesi tanya jawab dan polling untuk melibatkan pengikut dan mendengar masukan mereka.

### **Strategi Konten di Instagram**

- Peneliti : Jenis konten apa yang paling sering Anda posting di Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami sering memposting foto dan video menu kopi kami, suasana kafe, serta acara dan promosi khusus. Kami juga membagikan ulasan pelanggan dan cerita di balik layar.
- Peneliti : Bagaimana Anda menggunakan storytelling untuk membangun hubungan dengan audiens?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami menggunakan storytelling untuk menggambarkan perjalanan kami, nilai-nilai yang kami pegang, dan kisah di balik setiap produk kami. Ini membantu audiens merasa lebih terhubung dengan brand kami.
- Peneliti : Bagaimana Anda memilih dan menciptakan konten visual yang menarik?

- Pemilik cafe Kaiten : Kami bekerja sama dengan fotografer profesional dan tim kreatif untuk memastikan setiap gambar dan video menarik secara visual dan sesuai dengan identitas brand kami.
- Peneliti : Seberapa sering Anda memposting konten baru di Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami berusaha memposting konten baru setidaknya tiga hingga empat kali seminggu untuk menjaga keterlibatan audiens tetap tinggi
- Peneliti : Apakah ada tema khusus yang Anda gunakan dalam konten Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Ya, kami sering menggunakan tema-tema seperti "Behind the Scenes," "Customer Stories," dan "Seasonal Specials" untuk memberikan variasi dan kedalaman pada konten kami.
- Peneliti : Bagaimana Anda menggunakan hashtag untuk meningkatkan jangkauan konten?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami menggunakan kombinasi hashtag populer dan khusus yang terkait dengan kopi, izakaya, dan Surabaya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan.
- Peneliti : Apakah Anda menggunakan fitur interaktif seperti polling atau Q&A? Jika iya, bagaimana hal ini membantu membangun brand image?
- Pemilik cafe Kaiten : Ya, kami sering menggunakan fitur polling dan Q&A untuk melibatkan pengikut kami. Ini membantu kami memahami kebutuhan mereka lebih baik dan membuat mereka merasa lebih terhubung dengan brand kami

### **Engagement dan Interaksi**

- Peneliti : Bagaimana Anda menanggapi komentar dari pengikut di Instagram?

- Pemilik cafe Kaiten : Kami selalu berusaha merespons komentar dengan cepat dan ramah, baik itu komentar positif maupun negatif. Ini menunjukkan bahwa kami peduli dan menghargai masukan dari pelanggan
- Peneliti : Bagaimana Anda menangani pesan pribadi dari pengikut di Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami merespons pesan pribadi dengan sopan dan informatif, memberikan informasi yang mereka butuhkan atau menangani keluhan dengan cara yang cepat dan memuaskan.
- Peneliti : Bagaimana Anda menyoroti dan membagikan feedback positif dari pelanggan?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami sering memposting ulang ulasan positif dari pelanggan di Instagram Stories dan feed kami, tentunya dengan izin mereka. Ini membantu menunjukkan apresiasi kami dan memperkuat citra positif brand.
- Peneliti : Bagaimana Anda menangani feedback negatif di media sosial?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami menanggapi feedback negatif dengan cepat dan profesional, berusaha menyelesaikan masalah dan menawarkan solusi yang memuaskan. Kami melihat feedback negatif sebagai kesempatan untuk belajar dan memperbaiki layanan kami
- Peneliti : Apakah Anda bekerja sama dengan influencer atau brand lain di Instagram? Bagaimana hal ini membantu dalam membangun brand image?
- Pemilik cafe Kaiten : Ya, kami bekerja sama dengan beberapa influencer lokal dan brand lain yang sejalan dengan nilai-nilai kami. Kolaborasi ini membantu memperluas jangkauan kami dan memperkuat citra brand di kalangan audiens yang lebih luas.

Peneliti : Apakah Anda menyelenggarakan acara atau giveaway di Instagram? Jika iya, bagaimana ini berdampak pada engagement?

Pemilik cafe Kaiten : Kami sering menyelenggarakan giveaway dan acara khusus untuk meningkatkan engagement. Ini sangat efektif dalam menarik perhatian audiens baru dan meningkatkan keterlibatan pengikut kami

### **Evaluasi dan Pengukuran**

Peneliti : Bagaimana Anda mengukur keberhasilan strategi Instagram Anda?

Pemilik cafe Kaiten : Kami menggunakan metrik seperti jumlah likes, comments, shares, dan followers, serta tingkat engagement secara keseluruhan untuk mengukur keberhasilan. Kami juga memperhatikan feedback langsung dari pelanggan

Peneliti : Bagaimana Anda menggunakan Instagram Insights untuk menganalisis performa konten?

Pemilik cafe Kaiten : Kami secara rutin memeriksa Instagram Insights untuk melihat performa setiap postingan dan memahami tren serta preferensi audiens. Data ini sangat berguna untuk merancang konten yang lebih efektif ke depannya

Peneliti : Apa yang Anda lakukan jika suatu strategi tidak berjalan sesuai harapan?

Pemilik cafe Kaiten : Kami segera mengevaluasi dan menyesuaikan strategi tersebut. Kami berdiskusi dengan tim untuk mencari tahu apa yang tidak berjalan dan mencari solusi alternatif

Peneliti : Apakah Anda membandingkan performa Instagram Cafe Kaiten dengan kompetitor? Jika iya, bagaimana?

Pemilik cafe Kaiten : Ya, kami melakukan benchmarking dengan kompetitor untuk memahami posisi kami di pasar dan menemukan peluang untuk meningkatkan strategi

kami. Ini membantu kami tetap kompetitif dan inovatif

- Peneliti : Apakah Anda melakukan eksperimen dengan berbagai jenis konten? Jika iya, bagaimana Anda mengevaluasi hasilnya?
- Pemilik cafe Kaiten : Kami sering melakukan eksperimen dengan konten baru untuk melihat apa yang paling resonan dengan audiens. Hasilnya dievaluasi berdasarkan metrik engagement dan feedback dari pengikut.
- Peneliti : Bagaimana tim Anda terlibat dalam merancang dan mengimplementasikan strategi konten Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Tim kami terlibat secara aktif dalam brainstorming ide, merancang konten, dan memonitor performa. Kolaborasi tim sangat penting untuk memastikan konten kami tetap kreatif dan sesuai dengan identitas brand.

## **Penutup**

- Peneliti : Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan mengenai cara Cafe Kaiten membangun brand image melalui Instagram?
- Pemilik cafe Kaiten : Saya ingin menekankan betapa pentingnya konsistensi dan autentisitas dalam membangun brand image. Kami selalu berusaha untuk tetap setia pada nilai-nilai dan visi kami, dan itu tercermin dalam setiap aspek operasional dan strategi pemasaran kami.
- Peneliti : Terima kasih banyak atas waktu dan wawasan yang telah Anda berikan. Ini sangat membantu dalam memahami cara Cafe Kaiten membangun brand image melalui Instagram.
- Pemilik cafe Kaiten : Terima kasih kembali. Saya senang bisa berbagi cerita dan semoga ini bermanfaat untuk Anda.

Dengan pedoman wawancara yang terstruktur dan mendalam ini, wawancara dapat mengungkap wawasan yang berharga tentang bagaimana Cafe Kaiten membangun dan mempertahankan brand image yang kuat melalui Instagram.

## **Wawancara Marketing Cafe Kaiten 10 Juni 2024**

### **Pendahuluan**

- Peneliti : Selamat siang! Terima kasih telah menyediakan waktu untuk berbicara dengan kami hari ini. Sebelum kita mulai, apakah Anda bisa memberikan gambaran singkat tentang peran Anda di tim pemasaran Cafe Kaiten?
- Tim Marketing : Tentu saja, saya senang berada di sini. Saya adalah bagian dari tim pemasaran Cafe Kaiten, yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang mendukung pertumbuhan dan citra merek kafe kami, khususnya di platform Instagram
- Peneliti : Terima kasih. Hari ini, kami ingin membahas bagaimana tim pemasaran Cafe Kaiten membangun citra merek melalui Instagram, dengan fokus pada identitas merek, posisi merek, dan kepribadian merek

### **Elemen Brand Identity**

- Peneliti : Apa yang menurut Anda membuat Cafe Kaiten unik dibandingkan dengan kafe lainnya?
- Tim Marketing : Cafe Kaiten memiliki kombinasi unik antara kehangatan kopi dan nuansa izakaya yang otentik. Ini menciptakan pengalaman yang berbeda dan menarik bagi pelanggan kami, karena mereka dapat menikmati kopi berkualitas sambil merasakan atmosfer santai dan ramah.
- Peneliti : Bagaimana Anda memilih dan mengembangkan elemen identitas merek Cafe Kaiten?
- Tim Marketing : Kami melakukan banyak riset dan analisis pasar untuk memahami preferensi pelanggan kami dan

menciptakan identitas merek yang sesuai. Kami memilih warna, font, dan gaya visual yang mencerminkan nilai-nilai dan pesan yang ingin kami sampaikan kepada audiens kami.

Peneliti : Bagaimana sejarah dan latar belakang pendirian Cafe Kaiten mempengaruhi identitas mereknya?

Tim Marketing : Sejarah dan latar belakang pendirian Cafe Kaiten memberikan fondasi yang kuat bagi identitas merek kami. Inspirasi dari pengalaman di Biru Coffeebar di Bandung memainkan peran penting dalam membentuk konsep izakaya kami, yang kemudian menjadi ciri khas dari identitas merek Cafe Kaiten.

### **Elemen Brand Positioning**

Peneliti : Bagaimana Anda ingin Cafe Kaiten dikenal di pasar?

Tim Marketing : Kami ingin Cafe Kaiten dikenal sebagai destinasi utama bagi pecinta kopi dan penggemar suasana izakaya di Surabaya. Kami ingin menjadi tempat yang tidak hanya menawarkan kopi berkualitas tinggi, tetapi juga pengalaman yang berkesan dan unik bagi setiap pelanggan

Peneliti : Siapa target audiens utama Cafe Kaiten menurut tim pemasaran?

Tim Marketing : Target audiens utama kami adalah para pecinta kopi dari berbagai lapisan usia, dengan minat dalam pengalaman bersantai yang berkualitas. Kami juga menyasar mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga yang mencari tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersosialisasi.

Peneliti : Bagaimana Anda membedakan Cafe Kaiten dari pesaing di pasar?

Tim Marketing : Kami membedakan Cafe Kaiten dengan menonjolkan kombinasi antara kualitas kopi, suasana izakaya yang santai, dan pelayanan yang ramah dan personal. Kami



juga terus berinovasi dalam menawarkan menu dan pengalaman baru kepada pelanggan kami.

### **Elemen Brand Personality**

- Peneliti : Bagaimana Anda menggambarkan kepribadian Cafe Kaiten dalam tiga kata?
- Tim Marketing : Hangat, autentik, ramah.
- Peneliti : Bagaimana kepribadian merek ini tercermin dalam konten Instagram Cafe Kaiten?
- Tim Marketing : Kepribadian merek kami tercermin dalam setiap postingan kami di Instagram melalui konten yang ramah, hangat, dan mengundang. Kami berusaha untuk menjaga interaksi yang autentik dan personal dengan pengikut kami.
- Peneliti : Bagaimana Anda memastikan konten yang diposting di Instagram konsisten dengan kepribadian merek?
- Tim Marketing : Kami memiliki panduan gaya yang jelas dan proses pengawasan yang ketat untuk memastikan konsistensi dalam konten kami. Setiap postingan direncanakan dengan cermat untuk memastikan bahwa itu mencerminkan nilai-nilai dan kepribadian merek kami.

### **Strategi Konten di Instagram**

- Peneliti : Apa jenis konten yang paling sering Anda posting di Instagram?
- Tim Marketing : Kami sering memposting foto dan video tentang menu kopi kami, momen di kafe, ulasan pelanggan, serta acara dan promosi khusus yang kami adakan.
- Peneliti : Bagaimana Anda menggunakan fitur storytelling dalam konten Instagram Anda?
- Tim Marketing : Kami menggunakan fitur storytelling untuk berbagi cerita tentang perjalanan kami, kisah di balik menu kopi kami, dan momen unik di kafe kami. Ini membantu kami terhubung lebih baik dengan

pengikut kami dan membangun hubungan yang lebih dalam.

Peneliti : Apakah ada tema khusus yang Anda gunakan dalam konten Instagram?

Tim Marketing : Ya, kami sering menggunakan tema seperti "Menu Highlight," "Customer Spotlight," dan "Behind the Scenes" untuk memberikan variasi dan menarik minat pengikut kami.

### **Evaluasi dan Pengukuran**

Peneliti : Bagaimana Anda mengukur keberhasilan strategi Instagram Anda?

Tim Marketing : Kami menggunakan sejumlah metrik, termasuk tingkat keterlibatan (engagement rate), jumlah pengikut baru, dan konversi penjualan, untuk mengevaluasi keberhasilan strategi kami di Instagram.

Peneliti : Apa yang Anda lakukan jika suatu strategi tidak memberikan hasil yang diharapkan?

Tim Marketing : Kami melakukan evaluasi mendalam untuk memahami apa yang tidak berfungsi dan mengapa. Kami kemudian menyesuaikan strategi kami berdasarkan temuan ini untuk meningkatkan performa kami di masa depan

Peneliti : Apakah Anda melakukan eksperimen dengan berbagai jenis konten? Jika iya, bagaimana Anda mengevaluasi hasilnya?

Tim Marketing : Ya, kami sering melakukan eksperimen dengan konten baru untuk melihat apa yang paling efektif

## **Wawancara dengan Informan 3, 13 Juni 2024**

### **Tujuan : Mengetahui Lebih Dekat Cafe Kaiten**

- Peneliti : Selamat pagi! Terima kasih sudah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara ini. Bisa ceritakan sedikit tentang bagaimana pertama kali Anda mengenal Cafe Kaiten?
- Informan 3 : Selamat pagi! Tentu saja, dengan senang hati. Saya pertama kali mengenal Cafe Kaiten sekitar dua bulan setelah mereka buka, yakni pada November 2021. Saya sedang jalan-jalan di Surabaya dan kebetulan melewati tempat itu. Saya melihat ada keramaian di dalam dan suasananya sangat menarik, dengan dekorasi yang kental nuansa Jepang
- Peneliti : Sangat menarik! Apa yang membuat Anda tertarik untuk masuk dan mencoba Cafe Kaiten?
- Informan 3 : Yang pertama kali menarik perhatian saya adalah konsep izakaya yang mereka tawarkan. Di Surabaya, konsep seperti ini sangat jarang ditemui pada waktu itu. Ditambah lagi, saya melihat promosi mereka di Instagram yang sangat menarik. Foto-fotonya menggugah selera dan desainnya sangat estetik, benar-benar mencerminkan suasana yang ingin mereka hadirkan di cafe tersebut.
- Peneliti : Jadi, Instagram memainkan peran besar dalam menarik minat Anda ya?
- Informan 3 : Benar sekali. Instagram mereka sangat aktif dan kreatif. Selain foto-foto kopi dan makanan yang menggoda, mereka sering mengadakan promosi menarik, seperti diskon khusus atau event-event kecil yang membuat saya ingin datang dan mencoba sendiri. Konten mereka tidak hanya sekadar promosi, tapi juga memberikan informasi tentang kopi dan budaya Jepang yang mereka usung. Ini membuat saya merasa lebih terhubung dengan cafe tersebut

- Peneliti : Apakah Anda melihat ada aspek lain dari pemasaran Cafe Kaiten yang efektif?
- Informan 3 : Selain dari promosi di Instagram, saya perhatikan mereka juga sangat baik dalam hal lokasi dan suasana tempat. Lokasinya strategis, mudah dijangkau dari berbagai penjuru kota. Suasana cafe yang nyaman dan otentik juga menjadi daya tarik utama. Mereka benar-benar memperhatikan detail interior dan layanan, sehingga pelanggan merasa betah dan ingin kembali lagi. Saya pikir ini semua adalah bagian dari bauran pemasaran yang baik, mencakup produk, tempat, promosi, dan pengalaman pelanggan
- Peneliti : Bagaimana menurut Anda kualitas kopi dan makanan yang disajikan di Cafe Kaiten?
- Informan 3 : Kualitas kopinya sangat baik, terasa bahwa mereka sangat serius dalam memilih biji kopi dan proses penyajiannya. Makanannya juga lezat, terutama yang berkonsep izakaya seperti yakitori dan okonomiyaki. Kombinasi antara kopi berkualitas tinggi dan makanan khas Jepang yang otentik membuat pengalaman di Cafe Kaiten benar-benar unik.
- Peneliti : Terima kasih banyak atas waktunya dan informasinya. Apakah ada pesan terakhir yang ingin Anda sampaikan tentang Cafe Kaiten?
- Informan 3 : Saya sangat merekomendasikan Cafe Kaiten bagi pecinta kopi dan budaya Jepang. Mereka berhasil menghadirkan sesuatu yang berbeda dan berkesan di Surabaya. Melalui promosi yang kreatif di Instagram dan pelayanan yang memuaskan, mereka berhasil menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat. Saya harap Cafe Kaiten terus sukses dan semakin dikenal luas.
- Peneliti : Terima kasih sekali lagi atas wawancaranya. Semoga Cafe Kaiten terus berkembang dan menjadi tempat favorit bagi banyak orang di Surabaya.

## **Wawancara dengan Informan 4, 13 Juni 2024**

### **Tujuan : Mengenal Cafe Kaiten Melalui Instagram**

- Peneliti : Selamat pagi! Terima kasih telah bersedia untuk wawancara ini. Bisa ceritakan bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Cafe Kaiten?
- Informan 4 : Selamat pagi! Tentu saja, dengan senang hati. Saya pertama kali mengetahui tentang Cafe Kaiten dari Instagram. Saya suka mengikuti akun-akun yang berkaitan dengan kopi dan makanan, dan salah satu hari saya melihat postingan dari Cafe Kaiten muncul di feed saya. Kontennya sangat menarik, dengan foto-foto yang estetik dan informatif.
- Peneliti : Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengunjungi Cafe Kaiten setelah melihat Instagram mereka?
- Informan 4 : Yang paling menarik perhatian saya adalah visual dari kopi dan makanan yang mereka posting. Foto-fotonya sangat profesional dan menggugah selera. Selain itu, mereka sering memposting tentang event-event spesial, diskon, dan promosi yang membuat saya semakin tertarik untuk datang langsung ke cafe mereka. Ada juga cerita di balik setiap menu yang mereka sajikan, yang membuat saya merasa lebih terhubung dengan konsep dan filosofi Cafe Kaiten.
- Peneliti : Jadi, konten Instagram mereka sangat berpengaruh ya?
- Informan 4 : Iya, benar sekali. Konten mereka benar-benar mencerminkan suasana dan kualitas dari cafe itu sendiri. Dari postingan-postingan mereka, saya bisa merasakan vibes yang berbeda dari cafe lain di Surabaya. Mereka tidak hanya mempromosikan produk, tapi juga memberikan edukasi tentang kopi dan budaya Jepang yang menjadi tema utama cafe mereka.

- Peneliti : Bagaimana pengalaman Anda saat pertama kali mengunjungi Cafe Kaiten?
- Informan 4 : Pengalaman pertama saya sangat menyenangkan. Cafe-nya mudah ditemukan dan dekorasinya sesuai dengan yang saya lihat di Instagram. Begitu masuk, saya langsung merasakan atmosfer yang hangat dan ramah. Barista dan staff-nya sangat profesional dan bersahabat. Saya mencoba beberapa menu yang mereka rekomendasikan di Instagram, dan rasanya tidak mengecewakan. Kopinya enak dan makanan Jepang yang mereka sajikan benar-benar otentik
- Peneliti : Apakah Anda melihat ada aspek lain dari pemasaran Cafe Kaiten yang menurut Anda efektif?
- Informan 4 : Selain dari konten Instagram, saya melihat bahwa mereka sangat memperhatikan kualitas produk dan pelayanan. Mereka sering mengadakan event-event khusus dan kolaborasi dengan komunitas lokal, yang membuat cafe ini selalu ramai dan dikenal luas. Mereka juga menyediakan tempat yang nyaman untuk bekerja atau berkumpul, yang tentunya menambah daya tarik tersendiri.
- Peneliti : Apakah ada hal lain yang menurut Anda patut diapresiasi dari Cafe Kaiten?
- Informan 4 : Saya sangat menghargai bagaimana mereka memadukan budaya Jepang dengan kopi dalam konsep izakaya. Ini benar-benar unik dan berbeda dari cafe-cafe lain di Surabaya. Selain itu, mereka sangat aktif berinteraksi dengan pelanggan di media sosial, sehingga kita merasa lebih dekat dan dihargai sebagai pelanggan.
- Peneliti : Terima kasih banyak atas waktu dan ceritanya. Ada pesan terakhir yang ingin Anda sampaikan tentang Cafe Kaiten?
- Informan 4 : Saya sangat merekomendasikan Cafe Kaiten untuk siapa saja yang mencari pengalaman unik dalam menikmati kopi dan makanan Jepang. Melalui konten

Instagram yang kreatif dan interaksi yang baik dengan pelanggan, mereka berhasil menciptakan hubungan yang erat dan loyalitas yang kuat. Semoga Cafe Kaiten terus berkembang dan semakin dikenal luas

Peneliti : Terima kasih sekali lagi atas wawancaranya. Semoga pengalaman Anda menginspirasi banyak orang untuk mengunjungi Cafe Kaiten.

## Lampiran 6 : Lembar Revisi

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Jeremy Revantama  
NIM : 1151800003  
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 25 Juni 2024  
Judul Skripsi : MEMBANGUN BRAND IMAGE KAITEN COFFE MELALUI INSTAGRAM

Catatan Perbaikan:

*Belum ada revisi*

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

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

Revisi dari Dosen Penguji,



Edy S

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.



**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Jeremy Revantama  
NIM : 1151800003  
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 25 Juni 2024  
Judul Skripsi : MEMBANGUN BRAND IMAGE KAITEN COFFE MELALUI INSTAGRAM

Catatan Perbaikan:

- PERBAIKAN; ICAJIN PUSTAKA → LETIK KEBARUAN

Surabaya, 4 Juli 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

  
WIDIYATMO, EP

  
WIDIYATMO, EP

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.


LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Jeremy Revantama  
NIM : 1151800003  
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 25 Juni 2024  
Judul Skripsi : MEMBANGUN BRAND IMAGE KAITEN COFFE MELALUI INSTAGRAM

Catatan Perbaikan:

1. Landas Teori — yg man?
2. Pembahasan hasil penelitian lebih mendalam.
3. Transkrip wawancara.
4. Rangkai halga terdapat dalam wawancara presentasi.
5. Tambahkan Referensi.

Surabaya, 4 Juni 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dan Dosen Penguji,

  
(WANYU KUNCORO)



Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.