

## **ABSTRACT**

*Branding of Coffee Shop Culinary Servings in an Effort to Improve Business Image at Kopi Boss 72. The focus of this research is to find out how to Brand Coffee Shop Culinary Servings through Instagram @Kopiboss72 Social Media and What are the obstacles that occur in comparing Boss 72 Coffee through Instagram @kopiboss72 social media. The purpose of this study is to find out more about the branding carried out by Kopi Boss 72 through social media Instagram @kopiboss72 and to find out the obstacles that occur by Kopi Boss 72 in branding through social media Instagram. The method used in this research is descriptive qualitative. This study involved 2 people who became key informants, namely Owner and Admin and involved 2 people who became informants, namely consumers from Instagram followers @kopiboss 72. The results showed that Kopi Boss 72 carried out the branding process on Instagram by presenting interesting content such as the process of serving drinks. . The content is posted via Instagram stories, feeds and reels. Boss 72 coffee also follows a trend that is currently viral, a coffee making competition with an attractive presentation. The success of branding is seen from how many like & view the content and the content of the comments. However, in the appeal process on Instagram, there are obstacles, namely many who imitate the content created by Kopi Boss 72 as well as criticisms sent by consumers of Kopi Boss 72 in Instagram messages.*

*keywords : Branding, Instagram, Coffee Shop*

## **ABSTRAK**

Branding Sajian Kuliner Kedai Kopi Dalam Upaya Peningkatan Citra Usaha Di Kopi Boss 72. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimanai Branding Sajian Kuliner Kedai Kopi Melalui Sosial Media Instagram @Kopiboss72 dan Apa hambatan yang terjadi dalam membranding Kopi Boss 72 melalui sosial media Instagram @kopiboss72. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih mendalam Branding yang dilakukan oleh Kopi Boss 72 melalui sosial media Instagram @kopiboss72 dan untuk Mengetahui hambatan yang terjadi oleh Kopi Boss 72 dalam melakukan branding melalui sosial media Instagram. metode yang digunakan dalam penelitian adalah Kualitatif Deskriptif. Dalam penelitian ini melibatkan 2 orang yang menjadi key informan yaitu Owner dan Admin serta melibatkan 2 orang yang menjadi informan yaitu konsumen dari followers instagram @kopiboss 72. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi boss 72 melakukan proses branding di instagram dengan menyajikan konten menarik seperti proses penyajian minuman. Konten tersebut di posting melalui instagram story, feed dan reels. Kopi boss 72 juga mengikuti trend yang sedang viral, lomba membuat kopi dengan penyajian yang menarik. Keberhasilan branding dilihat dari berapa yang menyukai & melihat konten tersebut serta isi komentar. Namun dalam proses banding di instagram memiliki hambatannya yaitu banyak yang meniru konten yang dibuat oleh kopi boss 72 serta kritik yang dikirimkan oleh konsumen kopi boss 72 di pesan instagram.

kata kunci : Branding, Instagram, Kedai Kopi