

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara 1

Wawancara pada tanggal 31 Mei 2022 dengan Key Informan satu, Bapak Agung Wijaya, selaku Owner dari Kopi Boss 72, lahir di Jakarta, 18 Oktober 1997. Berprofesi sebagai Konsultan bagi orang yang ingin membuka Kedai Kopi. dan tinggal di Jl. Wijaya Kusuma Cakung.

- Peneliti : Mengapa dinamakan Kopi Boss 72?
- Informan di : Karena pada tahun 1972 ada seorang pedagang kopi yang sukses saat itu menjadi bos besar. Dan impian dari saya ingin seperti dia.
- Peneliti : Apa arti makna atau logo Kopi Boss 72?
- Informan : Karena di logo terdapat sebuah cangkir Kopi, Jadi itu adalah cangkir kopi yang pakai dasi Yang melambangkan Ngopi like a boss. Jadi pada saat ngopi merasakan jadi bos.
- Peneliti : Kapan Anda membuka Kedai Kopi Boss 72?
- Informan : Saya mulai membuka Kedai Kopi ini sejak bulan November 2018
- Peneliti : Apa visi misi dari Kedai Kopi Boss 72?
- Informan : Kita punya visi untuk menjadi kedai kopi yang mungkin menawarkan sebuah produk kopi yang asli dari Indonesia dan mengenalkan produk kopi yang ada di Indonesia. karena di Indonesia ini sebagai salah satu penghasil kopi terbesar di dunia. Misi kita bagaimana kita mengenali ke masyarakat untuk ini loh kopi yang asli seperti ini. karena kan kopi di Citra masyarakat banyak yang tahu Kapal Api, good day dan kopi sachet lainnya nya. Sedangkan kita mempunyai misi memberitahu ke masyarakat kalau kopi aslinya tuh sebenarnya seperti ini. Dan ngopi setiap hari pun nggak jadi masalah asal kopinya asli dan benar dari biji kopi murni. Tidak campuran seperti kopi kopi sachet.
- Peneliti : Apa tujuan anda dalam membranding kopi boss 72?
- Informan kopi asli lain. : Tujuannya yaitu dengan memperkenalkan seberapa banyak nya di Indonesia dan memperkenalkan masyarakat bahwa kopi yang itu seperti yang kita jual Tidak seperti kopi sachet dan yang lain- Karena kopi sachet itu tidak murni kopi, melainkan banyak campurannya. jadi di tujuan kita itu adalah untuk memperkenalkan kopi kepada masyarakat.
- Peneliti : Siapa yang Menyusun perencanaan branding?
- Informan : Saya selaku owner dan beberapa tim melakukan sharing bersama. saya juga sering kemana-mana untuk bertanya-tanya Bagaimana branding yang baik. tapi secara susunan hanya saya sendiri yang menyusun perencanaan branding.

- Peneliti : Metode / cara apa yang dilakukan untuk membrandingkan kopi boss 72?
- Informan : Melakukan beberapa metode. contohnya di online kita menggunakan Instagram. Kedua kita menggunakan metode offline dengan cara mulut ke mulut, mempromosikan dari teman ke teman. yang membuat hasilnya kopi Bos itu bisa dikenal dengan orang lain.
- Peneliti : Bagaimana strategi branding yang dilakukan kedai kopi ini dalam meningkatkan Citra usahanya?
- Informan : Dari strategi branding kita biasanya sih ya, satu bagaimana kita caranya membuat customer nyaman dengan salah satunya kita menawarkan kopi dan banyak menawarkan macam-macam kopi intinya. lalu strategi kita biasanya kita mengenali ke konsumen bukan sekedar Menerima orderan, Mau kopi ini ini. tetapi kita jelasin juga kopi ini seperti ini. misalnya kopi Sumatera seperti ini rasanya, kopi Jawa Barat seperti ini rasanya nya nya, kopi Jawa Timur seperti ini rasanya. kita jelasin semuanya agar masyarakat tertarik terhadap tempat ini. karena tidak hanya ngopi doang, Tetapi dia juga dapat pengetahuan baru. dari situ kita bisa membranding ibaratnya orang kenal kopi Bos itu seperti apa.
- Peneliti : Bagaimana promosi yang dilakukan di media sosial?
- Informan : Kita mengadakan seperti event-event, menu-menu baru biasanya memberi diskon, Kita kasih promosi. dengan feedback konsumen memposting di instastory nya, dengan imbalan kita kasih harga murah. dari situ kita bisa menjadikan media promosi juga
- Peneliti : Apakah dengan promosi yang dilakukan sudah berhasil? Bagaimana hasilnya?
- Informan : Ada beberapa yang berhasil dan ada juga yang belum berhasil. jadi tidak semua promosi yang kita lakukan itu berhasil, Tapi dari situ kita belajar untuk tidak gagal lagi.
- Peneliti : Apakah dengan adanya Instagram dapat mempengaruhi branding kopi boss 72?
- Informan : Instagram dalam membandingkan kopi Bos 72 itu sangatlah penting. kita rata-rata menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan, membranding agar kopi Bos 72 dikenal dengan masyarakat luas. Instagram sangat berpengaruh untuk branding kopi Bos 72. karena salah satu media yang kita pakai untuk membranding kopi Bos 72 itu Instagram. karena di Instagram itu Cakupannya luas.
- Peneliti : Cara apa yang dilakukan kedepannya untuk membrandingkan kopi boss 72?

Informan : Lebih mempromosikan, memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa kita menjual kopi yang pure kopi tidak campuran seperti kopi sachet. jadi kita memberitahu kepada customer mengenai penjelasan kopi yang lebih jauh Membuat experience baru kepada konsumen kopi Boss 72.

Peneliti : Pengaruh apa yang diraskan setelah melakukan branding?

Informan : Ketika melakukan usaha tanpa branding Kita tidak dikenal identitasnya. karena menurut saya branding itu sebuah identitas agar dikenal dengan masyarakat luas.

Peneliti : Apa yang menjadi keunggulan dari kopi boss 72?

Informan : Kopi Bos 72 itu menawarkan sebuah konsep kita ngopi di depan rumah layaknya kita pulang kerja sore-sore meminum kopi dan menikmati senja. itu yang kita tawarkan kepada customer. jadi itu yang membuat kopi Bos 72 beda dari yang lainnya. lebih ke konsep dan lokasinya.

Peneliti : Apa kekuatan dan peluang dari kopi boss 72? Dalam membranding

Informan : Di era zaman sekarang generasi Z sudah mengenal kopi lebih jauh jadi yang tadinya kopi yang tadinya itu hanya untuk kebutuhan sekarang yang sudah menjadi gaya hidup cuma sekedar kebutuhan lagi. jadi disitu membuat sebuah peluang dari kita untuk memperkenalkan kopi lebih dalam kepada customer. agar kopi Indonesia itu lebih dikenal dengan masyarakat luas. Jadi kekuatan brandingnya Karena kita buka sebelumnya di zaman belum maraknya kopi seperti zaman sekarang. jadi di situ kekuatan kita agar lebih mengenalkan kepada customer lain. orang-orang di luar sana karena kita sudah main kopi lebih dahulu daripada yang lain. Jadi kita lebih mengenal kopi Orang lain banyak kenal. jadi kita lebih banyak experience, Pengalaman sebelum seperti sekarang orang-orang banyak mengenal industri kopi.

Peneliti : Bagaimana citra / pandangan kopi boss 72 dimata konsumen?

Informan : Kopi Bos 72 Di mata konsumen itu dikenal dengan sebuah kedai kopi yang bernuansa konsep di depan rumah. Jadi kita memberikan experience baru kepada mereka agar merasakan ngopi seperti di depan rumah dan bisa menikmati senja karena di depan kedai Kami menawarkan sebuah pemandangan senja dikala senja itu tiba.

Peneliti : Hambatan apa yang terjadi saat membranding kopi boss 72? Dan hambatan yang terjadi di Instagram?

Informan : Biasanya ketika kita sedang membranding ada beberapa orang atau mungkin saingan yang membuat seperti yang kita buat atau meniru. Dan itu menjadi hambatan tapi kita tidak berkecil hati dari hambatan itu kita bisa berevaluasi biar tidak seperti yang lain-lainnya. misalnya ada beberapa orang yang tidak suka dalam melihat

branding kopi Bos 72. tapi biasanya kita dari citra dulu, bagaimana kita membuat kopi Bos 72 ini dikenal dengan orang lain maka dari situ akan terbentuk branding sendiri. Dan itu menjadi hambatan bagaimana kita memperkenalkan kepada customer kepada konsumen agar mengenal kopi Bos 72 lebih jauh. Kalau dari Instagram Mungkin beberapa dari postingan kita ada yang kurang ramai mungkin ke takedown dan beberapa mungkin hambatannya di situ kalau di Instagram.

- Peneliti : Apa solusi yang dilakukan dari hambatan tersebut?
- Informan : Biasanya kita melihat dulu masalahnya apa, yang terjadi bagaimana, Baru kita Break Down. contoh misalnya ketika kita sedang membranding di Instagram, postingan kita di take down oleh Instagram, Yang menurut mereka konten-konten sensitive. Biasanya kita breakdown dulu apanya yang sensitif dan segala macamnya agar kita bisa tetap naikin pleyer kita di Instagram.
- Peneliti : Kapan anda melakukan evaluasi dari hambatan tersebut?
- Informan : Biasanya ketika kita mendapatkan hambatan kita langsung evaluasi saat itu juga. jadi secepatnya kita evaluasi tidak menunggu lama
- Peneliti : Apa kelemahan dalam membranding Kopi Boss 72?
- Informan : Jadi kita tidak mempunyai banyak tim. Contoh suatu kedai yang mempunyai tim agensi itu lebih mudah karena semuanya biasanya diurus dengan tim. sedangkan kita berdiri sendiri tidak mempunyai tim. Jadi untuk membranding dipikirkan sendiri. Nah itu menjadi sebuah kelemahan.
- Peneliti : Biasanya komentar negatif apa yang sering anda dapat dari konsumen
- Informan : Biasanya sih Komplain rasa yang tidak cocok untuk lidah customer. Tapi untuk sejauh ini belum ada komentar-komentar negatif tentang kopi Bos 72 yang Saya dengar sendiri.
- Peneliti : Bagaimana cara anda menghadapi kritik / isu dari konsumen?
- Informan : Biasanya kita evaluasi dulu, Kita lihat dulu apakah benar yang dibicarakan oleh konsumen. kalau memang benar kita langsung evaluasi dan kita terima masukan dari mereka.
- Peneliti : Apakah konsumen pernah merasa bosan dengan produk anda? Jika ya, bagaimana cara anda mengatasinya?
- Informan : Ada beberapa konsumen yang merasa bosan, seperti gitu-gitu saja rasanya. nya kita langsung evaluasi. setiap bulannya kita mencoba membuat menu-menu baru dan menawarkan sebuah menu Yang yang kita jadikan resep menu ketika customer bosan kita selalu coba untuk mendorong.

Transkrip Wawancara 2

Wawancara pada tanggal 31 Mei 2022 dengan Key Informan dua, Suhailah, Mazhar Khan (Ela), selaku Admin sekaligus Barista dari Kopi Boss 72, lahir di Jakarta, 04 Mei 2001. Sudah bekerja selama satu tahun dua bulan di Kopi Boss 72. dan tinggal di Jl. Rorotan 9, Jakarta Utara.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik sebagai seorang admin dan barista di kedai kopi Boss 72?

Informan : karena saya yang pegang akun Instagram Kopi Boss 72, jadi saya punya tanggung jawab untuk bikin Insta Story di Instagram, menaikkan pamflet agar lebih dikenal lagi.

Peneliti : Apa tujuan anda dalam membranding kopi boss 72?

Informan : Tujuannya untuk meningkatkan citra kopi Boss. biasanya kita melakukan itu di sosmed. karena sosmed penyebarannya lumayan cukup cepat.

Peneliti : Metode / cara apa yang dilakukan untuk membranding kopi boss 72?

Informan : Kita biasanya mencari hari-hari spesial. Atau Kalau hari-hari sepi Kita membuat kolab makanan dan minuman. Lalu kita diskonin biar orang tertarik.

Peneliti : Apakah dengan promosi yang dilakukan sudah berhasil? Bagaimana hasilnya?

Informan : Promosinya lumayan banyak yang berhasil. tapi masih ada yang kurang juga. Hasilnya itu Misalkan kita nggak stok untuk promo Limited. misalkan Stok 10 dan habis. Besoknya kita nambah lagi

Peneliti : Apakah dengan adanya Instagram dapat mempengaruhi branding kopi boss 72?

Informan : dari segi positifnya pasti banget sih Brandingnya banget. Karena rata-rata kenal kopi Bos 72 dari Instagram. Dan konsumen pernah melihat Instagramnya kopi Bos 72. Apa yang disebut dengan ngestalk ig-nya

Peneliti : Cara apa yang dilakukan kedepannya untuk membranding kopi boss 72?

Informan : Seperti sekarang kita menambahkan menu makanan berat lagi untuk membranding. Karena kalau kemaren makanannya hanya cemilan saja. Mata sering kita menambahkan makanan berat kita variasikan.

Peneliti : Pengaruh apa yang diraskan setelah melakukan branding?

- Informan : Pengaruhnya lumayan besar. customer-nya lebih banyak. Misalkan Kita adain promo Dari sore sampai jam 7 malam di customer langsung banyak yang datang.
- Peneliti : Apa kelemahan dan hambatan dalam membranding kopi boss 72?
- Informan : Terkadang kita ogah-ogahan untuk membranding. Misalnya kita sudah lama enggak membranding Jadi turunnya Banget. Jadi terkadang customer-nya enggak stabil. Terkadang kita tidak teratur atau tidak sesuai. Misalnya diskon untuk sebulan tapi diganti jadi dua minggu saja
- Peneliti : Hambatan apa yang terjadi saat membranding kopi boss 72? Dan hambatan yang terjadi di Instagram?
- Informan : Hambatannya biasanya diskon yang kita kasih Kurang atau belum balik modal. Cuma untuk Promonya udah lumayan bagus sih untuk datengin customer. Kalau customer-nya lebih banyak datang kita juga bakal banyak juga sih pendapatannya.
- Peneliti : Apa solusi yang dilakukan dari hambatan tersebut?
- Informan : Solusinya kita lebih menghitung lagi, lebih prepare lagi, Mencari minuman yang tidak asal-asalan untuk di collab dengan makanan. an Biar kita mengadakan Promonya sama-sama enak dengan customer.
- Peneliti : Kapan anda melakukan evaluasi dari hambatan tersebut?
- Informan : Setiap kali kita ada hambatan kita langsung evaluasi, kita cari kesalahannya dimana, Cara perbaikinya gimana, Dan enakya bagaimana. Itu semua kita bicarakan bareng-bareng agar dapat titik tengah yang baik.
- Peneliti : Biasanya komentar negatif apa yang sering anda dapat dari konsumen
- Informan : Waktu itu saya pernah di komplain baso aci nya kecil-kecil seperti kerikil. padahal itu kita juga ngambil dari orang bukan bikin sendiri. Dari komentar negatif itu kedepannya kita perbaiki lagi agar lebih baik.
- Peneliti : Bagaimana cara anda menghadapi kritik / isu dari konsumen?
- Informan : Kita menjawabnya sebaik mungkin. Jelaskan juga kalau misalnya ada kerugian customer Yang Rugi akan kita ganti.
- Peneliti : Bagaimana proses penyajian konten yang dilakukan oleh Kopi Boss 72, mulai dari penentuan isi konten serta berapa kali Kopi Boss 72 melakukan update di Instagram?
- Informan : Di Instagram akan terus update di Instastory, postingan feed, kadang juga video di Reels. menyajikan menu kopi melalui video,

seperti sedang menuangkan susu ke dalam gelas yang sudah terisi kopi. hal ini menjadi daya tarik untuk pelanggan. Update 1 – 3 kali dalam sehari

Peneliti : Mengenai apa isi konten yang disajikan oleh Kopi Boss 72? Apakah konten yang disajikan harus menarik?

Informan : ya tentu harus menarik karena untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. dengan foto atau video produk, spot Kopi Boss 72, dan juga untuk pembukaan biasanya kita juga memberi tahu informasi jam operasional Kopi Boss 72.

Peneliti : Lalu apakah isi konten yang disajikan oleh Kopi Boss 72 melalui media Instagram selalu berubah-ubah mengikuti tren yang ada? Dan jika berubah bagaimana menentukan perubahan isi konten tersebut?

Informan : Tentu berubah – ubah karena kita juga udah punya planning untuk posting di Instagram. dan kita ikut trend yang lagi viral

Peneliti : Bagaimana cara melihat keberhasilan konten yang disajikan oleh Kopi Boss 72 melalui media Instagram?

Informan : Cara melihat keberhasilan kita lihat dari berapa views nya, berapa yang ngelike, jumlah komen dan apakah komennya negatife atau positif. Dari situ kita evaluasi. Dari situlah kita memberi tanggapan atas komentar tersebut.

Peneliti : Dari konten yang telah di posting. Apakah banyak disukai pengguna Instagram?

Informan : Tidak terlalu banyak yang ngelike. Yang artinya tidak sampai ratusan

Transkrip Wawancara 3

Wawancara pada tanggal 28 Mei 2022 dengan Informan satu, Yosep Agung selaku Konsumen dari Kopi Boss 72, lahir di Jakarta, 26 Agustus 1999. Berprofesi sebagai Dokter Gigi di Depok. Dan bertempat tinggal di Jl. Kandang Sapi Cakung.

Peneliti : Apa pendapat anda tentang Kopi Boss 72?

Informan : kopi Bos 72 merupakan tempat yang asik buat nongkrong, apalagi di masa pandemi sekarang yang kaya Butuh hiburan.

Peneliti : Dari mana Anda mengetahui kedai kopi Boss 72?

Informan : dari teman saya yang share di Instagram, lalu saya lihat habis itu saya langsung coba datang ke kedai kopi Boss ini bersama teman saya.

Peneliti : Sudah berapa lama Mas mengunjungi kedai kopi Boss 72 dan seberapa sering?

Informan : Kurang lebih 1 bulanan, dan ini baru ke-3 kali saya mengunjungi kedai kopi Boss 72

Peneliti : Mengapa akhirnya memutuskan untuk membeli produk kedai kopi Boss 72?

Informan : karena harga menu Disini termasuk harga yang murah, dan rasanya enak ketika di mulut

Peneliti : Apakah Mas lebih sering mengunjungi kedai kopi Bos 72 atau sering memesan secara online?

Informan : Kalau saya lebih sering datang ke kedai kopi Boss 72, biar enak juga nongkrong bareng teman

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai produk yang ditawarkan kedai kopi Boss 72? Apakah sudah berkualitas jika dibandingkan dengan kedai kopi lainnya?

Informan : Menurut saya sudah berkualitas Karena harganya murah tapi rasanya enak.

Peneliti : Apakah yang paling Anda senangi dari kedai kopi Boss 72?

Informan : Disini Saya menyukai minuman milkshake coklat yang rasanya enak pak, dan makanannya juga enak - enak untuk melengkapi nongkrong malam.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda mengenai menu dan pelayanan yang diberikan oleh kopi Boss 72?

Informan : Untuk menunya kalau bisa ditambah lebih banyak lagi. tetapi untuk pelayanannya sudah top banget.

Peneliti : Apakah Promosi yang dilakukan kedai kopi Boss 72 dapat menarik perhatian anda sebagai konsumen?

Informan : Sudah sangat menarik bagi saya karena gampang dilihat konsumen dan lebih simple

Peneliti : Apakah Anda mempunyai saran untuk Kedai kopi Boss 72?

Informan : Saran saya ya untuk suasananya lebih di tingkatkan lagi untuk konsumen yang ngopi di kedai kopi Bos 72 ini.

Transkrip Wawancara 4

Wawancara pada tanggal 28 Mei 2022 dengan Informan dua, Suhailah, Antonius selaku Konsumen dari Kopi Boss 72, lahir di Jakarta, 04 Desember 1999. Berprofesi sebagai Pengacara Hukum. Dan bertempat tinggal di Jl. Malaka Permai Jakarta Utara.

Peneliti : Apa pendapat anda tentang kopi Boss 72?

Informan : Menurut saya kopi boss 72 adalah tempat yang enak untuk ngopi meskipun di kedai kopi tapi serasa ngopi di depan rumah.

Peneliti : Lalu Dari mana Anda mengetahui kedai kopi Boss 72?

Informan : Saya tahu kedai kopi boss 72 ini dari Instagram. kebetulan saya suka kumpul sama teman – teman. Jadi saya ajak teman – teman saya untuk ngopi disini.

Peneliti : Sudah berapa lama Mas mengunjungi kedai kopi Boss 72 dan seberapa sering?

Informan : Saya sering ke kopi boss saat libur. Diantara sabtu atau minggu. Biasanya saya menghabiskan waktu disini sekitar 2 – 3 jam.

Peneliti : Kenapa akhirnya memutuskan untuk membeli produk kedai kopi Boss 72?

Informan : Karena rasa kopi nya yang pas dilidah. Dan aroma nya nikmat. Harganya pun murah tapi rasa tidak murahan.

Peneliti : Apakah Mas lebih sering mengunjungi kedai kopi Bos 72 atau sering memesan secara online?

Informan : Saya lebih sering datang langsung ke kopi boss 72 untuk menghabiskan waktu dengan teman – teman saya.

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai produk yang ditawarkan kedai kopi Boss 72? Apakah sudah berkualitas jika dibandingkan dengan kedai kopi lainnya?

Informan : Menurut saya karena harga nya murah tapi soal tidak diragukan.

Peneliti : Apakah yang paling Anda senangi dari kedai kopi Boss 72?

Informan : Yang paling saya suka adalah Ketika saya ngopi sambal menikmati senja sore. Sambil minum es kopi susu kopi boss dan makan kebab yang jadi favorit saya disini.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda mengenai menu dan pelayanan yang diberikan oleh kopi Boss 72?

Informan : Untuk menu mungkin bisa di variasikan atau di tambahkan lagi. Kalau pelayanan sudah cukup baik dan ramah

Peneliti : Apakah Promosi yang dilakukan kedai kopi Boss 72 dapat menarik perhatian anda sebagai konsumen?

Informan : Sudah cukup menarik perhatian saya apalagi dengan cara kita memposting atau menginstastory menu kopi boss 72, kita bisa dapat diskon.

Peneliti : Apakah Anda mempunyai saran untuk Kedai kopi Boss 72?

Informan : Saran saya kopi boss lebih tepat waktu dalam menginformasikan terkait jam buka di Instagram. itu saran saya karena saya juga sering mengunjungi kopi boss 72 sambil melihat senja.

DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN KEY INFORMAN DAN INFORMAN



Wawancara dengan Key Informan 1, Agung Wijaya selaku Owner Kopi Boss 72



Wawancara dengan Key Informan 2, Suhailah Mazhar Khan selaku Admin dan Barista Kopi Boss 72



Wawancara dengan Informan 1, Yosep Agung selaku Konsumen Kopi Boss 72



Wawancara dengan Informan 2, Antonius selaku Konsumen Kopi Boss 72

KARTU ABSENSI BIMBINGAN



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi
Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
021 - 567 4223 (hunting). Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Putri Afifah Nur Ramdiah
NIM/PEMINATAN : 20180502024 / Hubungan Masyarakat
NO.TELP/EMAIL : 0895333931517/afifahramdiah4027@gmail.com
JUDUL : Branding Sajian Kuliner Kedai Kopi Dalam
Upaya Peningkatan Citra Usaha Di Kopi Boss 72
DOSEN PEMBIMBING : Agus Firmansyah, S.Sos, M.I.Kom

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	Ttd Pembimbing
1.	29-03-2022	IV	Mengajukan Transkrip Wawancara	
2.	15-04-2022	IV	Revisi Transkrip Wawancara	
3.	24-05-2022	IV	Revisi dan ACC Transkrip Wawancara	
4.	06-06-2022	IV	Membahas Hasil Penelitian	
5.	14-06-2022	IV	Revisi Hasil Penelitian	
6.	20-06-2022	IV, V	Membahas Revisi Bab 4 dan mengajukan Bab 5	
7.	27-06-2022	V	Membahas Bab 5	
8.	12-07-2022	V, VI	Revisi Bab 5 dan mengajukan Bab 6	
9.	20-07-2022	Jurnal	Mengajukan Jurnal	
10.	23-07-2022	Final	ACC Skripsi dan Jurnal	

Mahasiswa

Putri Afifah Nur Ramdiah

Mengetahui,

Erna Febriani, S.Si, M.Si

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Penulis skripsi Bernama Putri Afifah Nur Ramdiah. Lahir di Jakarta, 12 Desember 1999. Penulis merupakan anak ke 2 dari 2 bersaudara, dari pasangan Naman dan Ratih. Penulis pertama kali masuk Pendidikan di SDN Ujung Menteng 05 Petang pada tahun 2006 sampai 2012. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan ke SMPN 256 Jakarta pada tahun 2012 sampai 2015. Setelah tamat SMP, penulis melanjutkan ke SMA Diponegoro 2 Jakarta pada tahun 2015 – 2018. Dan pada tahun 2018 penulis mendaftar sebagai mahasiswa di Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Hubungan Masyarakat dan tamat pada tahun 2022.

Dengan ketekunan, motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha lebih maju. Penulis telah berhasil menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Semoga dengan adanya penulisan Tugas Akhir Skripsi ini mampu memberikan semangat positif bagi dunia Pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar – besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Branding Sajian Kuliner Kedai Kopi Melalui Sosial Media Instagram @Kopiboss72”**