

## BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

### A. Profile Kopi Janji Jiwa

Kedai kopi Janji jiwa hadir di tengah masyarakat pertama kali pada pertengahan tahun 2018 yang berada dalam naungan Jiwa Group. Janji Jiwa membawa konsep “*Fresh To Cup*” yang memiliki arti dimana janji jiwa menyajikan kopi lokal dengan cita rasa yang klasik asli dari Indonesia. Dalam perkembangannya, Janji jiwa berhasil menjadi brand kopi local terbesar yang mempunyai lebih dari 900 outlet yang dapat dijumpai di lebih dari 100 kota yang tersebar diseluruh Indonesia. Sampai saat ini, Janji Jiwa berhasil menjadi satu satunya brand kedai kopi local yang mendapatkan beberapa penghargaan bergengsi yaitu antara lain penghargaan MURI 2019, TOP Brand pada tahun 2020 hingga 2023 serta menjadi Brand Of The Year dari World Branding Awards (WBA) pada tahun 2022 hingga 2023 dengan dua kategori yaitu Café Chain untuk Jiwa Toast dan Retailer Coffee untuk Janji Jiwa.(Jiwagroup.com)

Pada tahun kelima kehadiran janji jiwa tepatnya pada *anniversary* kelima tahun berdirinya, janji jiwa memperkenalkan konsep dan logo yang baru. Logo baru tersebut dikenal dengan julukan “pinky” yang memiliki arti sebagai jari kelingking. Hubungan janji yang biasa disimbolkan dengan jari kelingking ini menjadi alasan pemilihan logo baru dari Janji Jiwa. visualisasi logo baru Pinky ini juga diimbangi dengan pemilihan warna yang kontras yaitu merah muda (pink) dan ungu yang terinspirasi dari warna asli buah ceri kopi. Peenggabungan kedua warna pada logo baru Janji Jiwa ini diharapkan dapat memberikan semangat dan keseruan serta inovasi baru.



Gambar 2. 1 Logo Janji Jiwa “Pinky”

Selain memperkenalkan logo baru, Janji Jiwa juga hadir dengan mengusung konsep yang lebih menarik pada outlet mereka dengan mengutamakan offline experience yang disertai dengan design outlet baru yang lebih menarik sesuai dengan tujuannya yaitu untuk memberikan pengalaman baru yang lebih menarik bagi konsumen. Konsep baru ini difokuskan pada tiga pembaharuan yaitu antara lain *consumer journey* (konsumen memesan produk secara mandiri), pengambilan produk melalui restaurant paging system, dan terakhir yaitu dengan mendapat pengalaman baru dalam menikmati produk melalui pembaharuan pada packaging serta penyajian pilihan menu baru. Hingga saat ini, konsep baru dari outlet Janji Jiwa ini baru dapat dijumpai di lima lokasi yaitu Janji Jiwa Sumarecon Mall Serpong, Janji Jiwa Equity Tower, Janji Jiwa KAI Palmerah, Janji Jiwa RSUP Fatmawati, dan terakhir Janji Jiwa KAI Sudirman. ([jiwagroup.com](http://jiwagroup.com))

## **B. Visi dan Misi**

Visi:

Visi dari Janji Jiwa yaitu untuk membuat Kopi Janji Jiwa menjadi merek kedai kopi yang dapat dijumpai di setiap sudut kota dengan memperkenalkan budaya kedai kopi lokal Indonesia ke dunia. Pada satu gelas kopi Janji Jiwa terdapat tiga nilai berharga yaitu:

Satu gelas untuk petani, yang memiliki arti yaitu janji untuk selalu memberdayakan petani kopi di Indonesia

Satu gelas untuk mitra, yang memiliki arti yaitu terus mempertahankan komitmen bagi seluruh mitra yang bergabung dengan Kopi Janji Jiwa

Satu gelas untuk teman sejiwa, yang memiliki arti yaitu untuk terus mempertahankan dan mengutamakan pelayanan, kualitas, serta kenyamanan konsumen atau teman sejiwa.

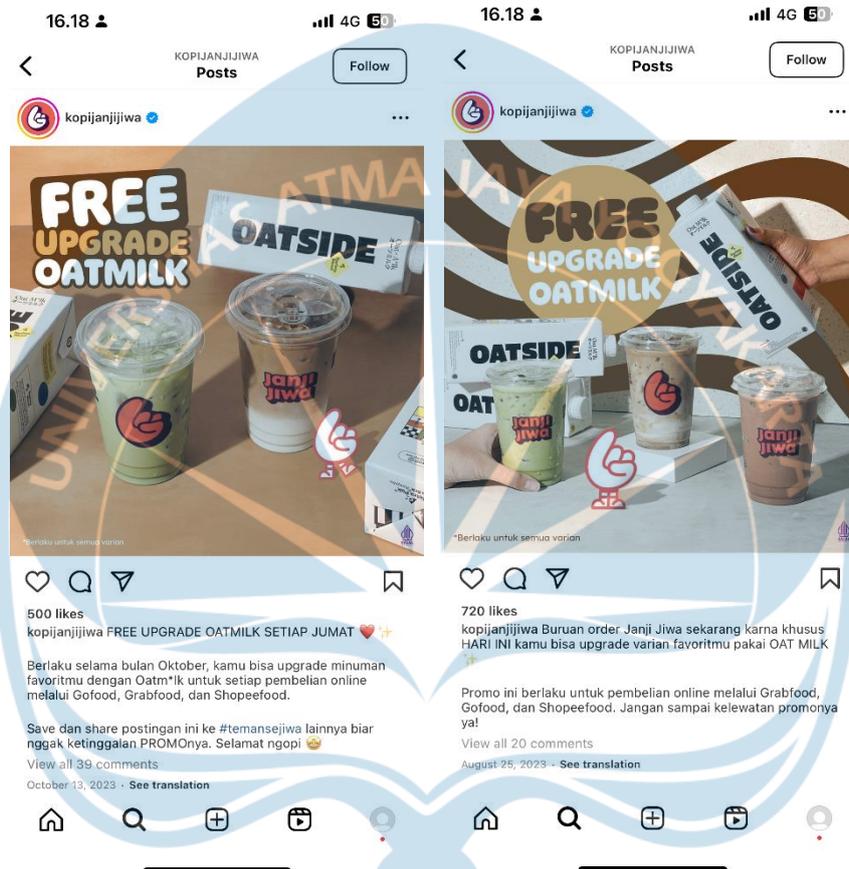
Misi:

- Memperkenalkan kepada seluruh dunia biji kopi lokal asli Indonesia
- Melakukan inovasi-inovasi baru yang lebih unik dan kreatif dengan memberikan banyak pilihan minuman kopi serta non kopi.

## **C. Iklan Kolaborasi Janji Jiwa x Outside**

Janji Jiwa sebagai perusahaan kedai kopi yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat melakukan berbagai inovasi inovasi baru salah satunya dengan melakukan kolaborasi dengan banyak merek terkenal. Pada pertengahan 2022, kopi Janji Jiwa resmi melakukan kolaborasi dengan merek OATSIDE yang merupakan brand susu nabati pertama di Asia. Kolaborasi antara Janji Jiwa X Outside ini dengan menghadirkan varian menu baru dengan bahan baku utama yaitu oat antara lain Aren Oat Latte, Earl Grey Oat Latte, dan Matcha Oat Latte.

Kopi Janji Jiwa melakukan pemasaran dengan cara memposting iklan kolaborasi Janji Jiwa x Outside melalui media sosial Instagram @kopijanjiwiwa dengan menghadirkan promo disetiap minggunya. Iklan kolaborasi tersebut berlangsung hingga saat ini.



Gambar 2. 2 Iklan Kolaborasi Kopi Janji Jiwa X Outside

Gambar diatas merupakan salah satu contoh dari postingan iklan kolaborasi antara Kopi Janji Jiwa x Outside yang diposting pada feeds instagram @kopijanjiwiwa. Isi iklan kolaborasi dari Janji Jiwa x Outside ini berupa promo *free upgrade* dari susu biasa menggunakan susu oat dari Outside yang dimana calon konsumen dapat melakukan upgrade ke susu Oat secara gratis tanpa membayar lebih. Promo ini dapat digunakan setiap hari jumat dengan melakukan

pembelian online melalui grabfood, gofood, maupun shopeefood. Oleh karena itu, Penelitian ini akan berfokus untuk melihat keefektivitasan iklan kolaborasi Kopi Janji Jiwa x Outside yang diposting melalui feeds instagram @kopijanjiwiwa.

#### D. Instagram Kopi Janji Jiwa

Janji Jiwa melalui akun instagram official @kopijanjiwiwa hingga saat penulisan ini memiliki jumlah *followers* sebanyak 578 ribu dengan jumlah postingan sebanyak 2.649 foto/video.



Gambar 2. 3 Akun Media Sosial Instagram @kopijanjiwiwa