

STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS PERUSAHAAN

**(Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk
Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

MICHAELLA NAFTALIA VANESSADINDA RISKI DIANIDA

170906459

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS
PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk
Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MICHAELLA NAFTALIA VANESSADINDA RISKI DIANIDA

170906459

disetujui oleh :



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)

Penyusun : Michaella Naftalia Vanessadinda Riski Dianida

NPM : 170906459

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 02 Juli 2024

Pukul : 14.30 WIB

Tempat : Ruang Ujian Pendadaran 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Fransisca Anita Herawati, SIP., M.Si.

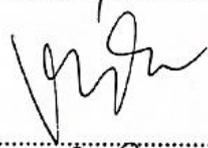
Penguji Utama



.....

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

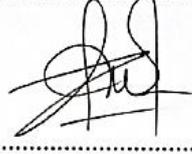
Penguji I



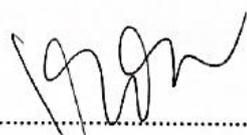
.....

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji II



.....



.....

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michaella Naftalia Vanessadinda Riski Dianida

NPM : 170906459

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 26 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Michaella Naftalia Vanessadinda Riski Dianida

KATA PENGANTAR

Shalom,

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus atas kasih dan anugrahNya yang begitu luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)** Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) dan memperoleh gelas Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menghadapi berbagai macam rintangan dan hambatan yang membuat penulis merasa tidak percaya diri, putus asa, dan rasanya ingin menyerah, namun pada akhirnya penulis berhasil untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan berkat dukungan dan kasih sayang yang penuh dari berbagai pihak yang menjadi semangat bagi penulis untuk bangkit dari keterpurukan yang menjadi penghambat dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang menjadi penolong dalam kesesakan, memberikan kekuatan, penghiburan dan damai sejahtera bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima Kasih Tuhan Yesus, MujizatMu begitu nyata dalam hidupku, waktuMu yang terbaik untukku dan rancanganMu sungguh indah dalam setiap kehidupanku. I can't describe how grateful i am to have You in my life.
2. Kedua orang tua penulis, teruntuk my strongest woman in the world, Ibu dan the greatest and most loving man I ever had, Alm.Bapak yang telah lebih dulu berpulang kerumah Bapa yang sangat penulis sayangi dan banggakan. Terima Kasih Ibu dan Alm. Bapak yang menjadi teladan bagi penulis untuk tidak pernah lelah untuk berjuang dalam situasi yang

sangat terhimpit sekalipun dan memberikan selalu memberikan yang terbaik. Selalu mendoakan dan memberikan perhatian yang begitu luar biasa. I love you both. Kalian adalah alasan utama penulis dalam melangkah kearah yang lebih baik lagi.

3. Teruntuk kakakku dan adiku, Gabriella Vianida, dan Angelica Venda, terima kasih banyak untuk dukungannya yang selalu memberikan semangat untuk penulis, dan menjadi tempat berkeluh kesah, dan menjadi saudara dalam suka maupun duka. Walaupun kita jarang berkumpul bersama dan terkadang gengsi untuk mengungkapkan rasa sayang diantara satu dengan lainnya, tetapi penulis yakin kita saling menyayangi dan saling peduli. Lavvv
4. Teruntuk Mamiku tercinta Bernadetta Siti Supartinah, terima kasih untuk dukungan doa dan nasehat yang selalu diberikan yang menjadi bekal untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dari kecil sampai penulis sebesar ini, mami selalu jadi supporter yang baik untuk penulis dan cucu-cucunya. Terima kasih mamiku sayang.
5. Ibu Irene Santika Vidiadari selaku dosen pembimbing penulis yang selalu membimbing dan memberikan pengingat untuk penulis terus menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih Bu Vivi atas kesabarannya, untuk waktu yang diberikan selama ini, untuk kebesaran hati dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bu Sherly, Pak Brahma, Pak El, Bu Santi, Bu Desi, seluruh Dosen dan Karyawan FISIP UAJY terima kasih banyak karena telah memberikan motivasi dan kesan yang baik selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Kak Giri, Pak Brent, Kak Melany, Isti, Kak Ren, Mora, Ezra, Desta, Kak Dennis, Kak Vika, Om Erwin, Tante Ita sebagai orang-orang yang dipakai Tuhan untuk membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Terima kasih telah berbagi cerita, pengalaman, dan mendoakan penulis dalam segala kesulitan yang penulis hadapi dalam proses perkuliahan hingga saat ini penyelesaian penulisan skripsi. Terima kasih telah membantu penulis dalam menghadapi masalah dan

persoalan yang berat, terima kasih telah memberikan nasehat, masukan, dan kritik kepada penulis dan menjadi teman untuk bertukar pikiran dan memberikan semangat untuk terus maju bersama dengan Tuhan.

8. Teruntuk orang yang sangat special yang aku sayangi, yang ga ada capeknya memberikan penulis semangat dan kasih sayang, pacarku Alok. Terima kasih banyak kamu sudah selalu support, walaupun kita LDR tapi itu gak membuat kita untuk berhenti untuk saling memberikan support satu sama lain. Terima kasih telah bertahan sampai dengan saat ini, banyak hal suka dan duka yang sudah kita alami, penulis sangat bersyukur kepada Tuhan yang telah memampukan kita melewati ini semua. Terimakasih selalu Video Call untuk memberikan perhatian dan berusaha selalu ada untuk menemani penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis dengan sangat senang untuk menerima semua masukan, saran, dan kritik dari semua pihak supaya skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini berguna untuk penelitian selanjutnya.

Salam hangat, Tuhan Yesus Memberkati kita semua.

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Michaella Naftalia Vanessadinda Riski Dianida

MICHAELLA NAFTALIA VANESSADINDA RISKI DIANIDA

170906459 / KOM

**STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS
PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Holy Grounds Coffee & Community dalam membentuk
Citra *The First Christian Coffee Shop in Indonesia*)**

ABSTRAK

Kota Yogyakarta merupakan kota yang dikenal sebagai kota wisata dan kota pelajar di Indonesia. Salah Satu *trend* bisnis yang saat ini banyak digemari anak muda adalah *Coffe Shop* yang saat ini mengalami peningkatan di Yogyakarta. Peningkatan *Coffe Shop* ini, menimbulkan persaingan yang terjadi diantara *coffe shop* yang ada di Yogyakarta untuk membentuk kesan positif pada publik. Untuk dapat bertahan ditengah persaingan bisnis yang ada, banyak *coffe shop* yang memilih untuk bersaing dengan menonjolkan identitasnya sebagai *coffe shop* yang memiliki ciri khas dan keunikan dari *coffe shop* lainnya untuk membangun citra yang positif. Identitas perusahaan dapat menjadi media komunikasi yang baik bagi *coffe shop* untuk menyampaikan pesan perusahaan kepada target pasar dengan membuat strategi pembentukan citra sesuai dengan yang diinginkan oleh *coffe shop* itu sendiri. Holy Grounds *Coffee & Community* merupakan salah satu *Coffe Shop* yang saat ini berdiri ditengah persaingan *Coffe Shop* di Yogyakarta, yang menggunakan identitas perusahaan sebagai strategi pembentukan citra Holy Grounds *Coffee & Community*. Oleh karena itu, topik penelitian ini mengenai Strategi pembentukan citra Holy Grounds *Coffee & Community* sebagai *The First Christian Coffee Shop in Indonesia* melalui identitas perusahaan. Dalam pelaksanaan strategi membentuk citra perusahaan, Holy Grounds *Coffee & Community* menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* dalam menyampaikan pesan kepada target pasar.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dengan dua narasumber yang terlibat secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi strategi pembentukan citra yang dilakukan oleh Holy Grounds *Coffee & Community* dan menguasai terkait dengan identitas perusahaan yang digunakan oleh Holy Grounds *Coffee & Community* dalam menyampaikan pesan kepada target pasar sesuai dengan tujuan dari Holy Grounds *Coffee & Community* untuk menjadi *Café Kristen* yang mewadahi perkumpulan orang-orang *kristen* dari golongan apapun untuk dapat melebur jadi satu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pembentukan citra Holy Grounds *Coffee & Community* sebagai *The First Christian Coffee Shop in Indonesia* melalui identitas perusahaan masih belum berjalan secara efektif, namun secara keseluruhan sudah sesuai dengan tujuan yang dicapai oleh Holy Grounds *Coffee & Community*. Dalam perencanaannya Holy

Grounds *Coffee & Community* menggunakan identitas perusahaan yang dimiliki, melakukan perencanaan strategi yang sesuai dengan identitas yang dimiliki, menjalankan strategi yang telah direncanakan dengan memberikan promo di hari besar *kristen*, promo *membership*, dan membuat kegiatan live music dengan berkolaborasi dengan mahasiswa *kristen* dan gereja *kristen* yang ada di Yogyakarta, untuk memberikan informasi tersebut, Holy Grounds *Coffee & Community* menggunakan media sosial *instagram* dan *WhatsApp*, dan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap *feedback* yang diberikan *customer* baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa diantaranya memberikan respon secara langsung dan memberikan rating di google maps. Kegiatan strategi pembentukan citra dalam bentuk promo dan kegiatan *live music* rohani ini akan terus dilakukan oleh Holy Grounds *Coffee & Community* untuk membentuk citra yang diharapkan oleh Holy Grounds *Coffee & Community*.

Kata kunci: Strategi, Pembentukan Citra, Identitas Perusahaan

DAFTAR ISI

STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA MELALUI IDENTITAS PERUSAHAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori.....	8
F. Metodologi Penelitian.....	16
BAB II	22
A Profil Holy Grounds Coffee & Community	22
B Visi dan Misi Holy Grounds Coffee & Community	24
C <i>Tagline</i> Holy Grounds Coffee & Community	24
D Fasilitas Holy Grounds Coffee & Community	25
E Target Pasar	27
BAB III.....	29
A. TEMUAN HASIL PENELITIAN.....	30
1. Identitas Perusahaan Holy Grounds <i>Coffee & Community</i>	30
2. Strategi Pembentukan Citra The First Christian Coffee Shop in Indonesia	33
3. Evaluasi penerapan strategi pembentukan citra <i>The First Christian Coffee Shop in Indonesia</i>	43
B. ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	45
1. Identitas Perusahaan Holy Grounds <i>Coffee & Community</i>	45

2. Strategi Pembentukan Citra melalui Identitas Perusahaan	54
3. Evaluasi penerapan strategi pembentukan citra <i>The First Christian Coffee Shop in Indonesia</i>	56
BAB IV.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	63
1. Saran Akademis.....	63
2. Saran Praktis.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei GodStats 2023 Kota Pilihan Masyarakat Indonesia untuk Berwisata.....	1
Gambar 2.1 Mural dan Pigura ayat alkitab sebagai spot menarik untuk berfoto di Holy Grounds Coffee & Community.....	23
Gambar 2.2 Tagline Holy Grounds Coffee & Community pada dinding dan kemasan minuman.....	25
Gambar 3.1 Mural dinding di Holy Grounds Coffee & Community.....	31
Gambar 3.2 Pigura Ayat Alkitab pada dinding Holy Grounds Coffee & Community.....	31
Gambar 3.3 Promo spesial momentum kekristenan dan program membership Holy Card.....	36
Gambar 3.4 Promo spesial momentum kekristenan.....	39
Gambar 3.5 Promo spesial khusus untuk customer yang memiliki member Holy Card.....	39
Gambar 3.6 Postingan Instagram Feeds @holygrounds_id.....	41
Gambar 3.7 Postingan Promo dan Live Music Rohani di WhatsApp Group HOLY GROUNDS BROADCAST 2.....	42
Gambar 3.8 Reviews Holy Grounds Coffee & Community.....	44
Gambar 3.9 Logo Holy Grounds <i>Coffee & Community</i>	52