

**Aktivitas Promosi Kopi Borobudur oleh Kampung Kopi Kerug**

**Batur Tahun 2017 dalam Membangun *Brand Association***

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun oleh:

**Cendekiawan Putra Kusuma**

**20130530016**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Kamis  
Tanggal : 14 Desember 2017  
Tempat : Ruang Rapat  
Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.

Penguji I

Penguji II



Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn.




Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada tanggal 14 Desember 2017

Mengesahkan

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

NIK: 19701122199702 163 051



## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Cendekiawan Putra Kusuma

NIM : 20130530016

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Aktivitas Promosi Kopi Borobudur oleh Kampung Kopi Kerug  
Batur Tahun 2017 dalam Membangun *Brand Association*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 14 Desember 2017



**Cendekiawan Putra Kusuma**



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Alloh SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir Gunawan Budiyo, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.I.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Zein Muffarih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. Selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji skripsi yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Bapak Agustinus Adiwiranto dan Bapak Ismoyo yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
9. Pihak PT. Taman Wisata Candi Borobudur yang memberikan ijin serta pendampingan di lapangan selama melakukan penelitian skripsi.
10. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberi dukungan serta memberikan kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta yang tiada henti.
11. Kedua kakak saya tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi sampai saat ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tiada henti.
12. Sahabat-sahabat terbaikku sejak duduk dibangku SMA yang selalu memberikan dukungan sejak pertama penyusunan skripsi ini.

13. Teman-teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 14 Desember 2017

Hormat Kami

Cendekiawan Putra Kusuma

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku yang selalu ada disisiku mendoakanku, mendampingi serta mendukungku dengan segenap kasih sayangnya. Terima kasih untuk cinta kasihmu yang tiada hentinya untukku.
2. Keluarga besarku yang selalu mendukungku.
3. Sahabat-sahabatku Rizky Saktiari, Faizal Al-Kautsar, Yoga Galih, Herwin Galih, Grace Widya, Annisa Kartika Dewi, Gabriella Katarina, Krisma Koko, Isnaini Jalu, Alifian Aditya, yang selalu memberikan dukungan serta motivasi baik dalam suka maupun duka.
4. Teman-teman seperjuangan skripsi, Bimo Dwi Putranto, Faza Yudiansyah, Arma Dika, Dwiki Nurhidayat, Wibowo Tukarana, Yahya Amirul, Faris Hazim Aditama, Nandha Setiawan yang selalu sharing ilmu selama kuliah bareng dan saling mendukung satu sama lain selama penyusunan skripsi.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.

7. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Pak Jono, Pak Mur, Pak Yuniarto dan Mbak Siti. Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan.
8. Teman-teman Komunikasi angkatan 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.



## **MOTTO**

“Pengalamanmu adalah pengamalanmu.”

Cendekiawan Putra Kusuma

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRAC .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori .....	9
1. Komunikasi Pemasaran .....	10
a. Aktivitas Promosi .....	11
b. Aktivitas Promosi melalui Pameran ( <i>Exhibition</i> ) .....	14
2. <i>Brand Association</i> .....	17
a. Pengertian Brand Association .....	17

b. Fungsi Brand Association .....	18
c. Acuan Brand Association .....	20
F. Metode Penelitian .....	22
G. Lokasi Penelitian .....	23
H. Teknik Pengumpulan Data .....	24
I. Teknik Analisis Data .....	26
J. Uji Validitas .....	27

## **BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat Berdirinya Kopi Borobudur .....	28
B. Lokasi .....	30
C. Tujuan Didirikannya Kampung Kopi Kerug Batur .....	30
D. Visi dan Misi Kopi Borobudur .....	30
E. Logo dan Kemasan Kopi Borobudur .....	31
F. Struktur Organisasi .....	32
G. Manajemen .....	32
H. Macam-Macam Produk Kopi Borobudur .....	34
I. Segmentasi .....	35
J. Foto Industri Kopi Borobudur di Kampung Kopi Kerug Batur .....	35

## **BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Sajian Data .....	37
1. Perencanaan Promosi Kopi Borobudur .....	39
2. Aktivitas Promosi Kopi Borobudur dalam Membangun <i>Brand Association</i> .....	41



B. Analisis Data .....	58
1. Perencanaan Promosi .....	59
2. Aktivitas Promosi Kopi Borobudur dalam Membangun <i>Brand Association</i> .....	64
3. Acuan Kopi Borobudur dalam Membangun <i>Brand Association</i> .....	70

#### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Data Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2013-2015 .....	5
Tabel 3.1. Aktivitas Promosi Kopi Borobudur Tahun 2017 .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo dan Kemasan Kopi Borobudur .....	31
Gambar 2.2. Biji Mentah Kopi Borobudur .....	35
Gambar 2.3. Proses Pemilihan Biji Kopi .....	35
Gambar 2.4. Kemasan Kopi Borobudur Pertama .....	36
Gambar 2.5. Kemasan Kopi Borobudur Tahun 2017 .....	36
Gambar 2.6. Potensi Alam di Kampung Kopi Kerug Batur .....	36
Gambar 3.1. Balkondes Ngaran Milik PT. TWC Borobudur .....	36
Gambar 3.2. Diskusi Perencanaan Promosi dengan Pihak TWCB .....	41
Gambar 3.3. Brosur Kampung Kopi Kerug Batur Tahun 2017 .....	46
Gambar 3.4. Penggunaan Logo dan Nama Pada Kemasan Kopi Borobudur .....	52



## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Nama : Cendekiawan Putra Kusuma**

**NIM : (20130530016)**

**Judul Skripsi : Aktivitas Promosi Kopi Borobudur oleh Kampung Kopi**

**KerugBatur Tahun 2017 dalam Membangun *Brand Association***

**Tahun Skripsi : 2017 + 82 Halaman + 39 Lampiran**

**DaftarPustaka : 14 Buku + 2 Jurnal + 2 Website**

Kopi Borobudur merupakan Brand yang bergerak di bidang kuliner wisata di Kampung Kopi Kerug Batur, Desa Majaksingi, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Kopi Borobudur adalah *brand* kopi lokal dengan cita rasa khas mocca dari perbukitan Menoreh serta memiliki berbagai varian rasa yaitu kopi cengkeh, kopi jahe, dan kopi *wine*. penelitian ini membahas tentang aktivitas promosi Kopi Borobudur oleh Kampung Kopi Kerug Batur Tahun 2017 dalam membangun *brand association*. Sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner wisata, Kampung Kopi Kerug Batur tentu memiliki strategi untuk mengenalkan *brand* Kopi Borobudur, salah satunya adalah program promosi melalui media pameran dengan bekerjasama dengan PT. Taman Wisata Candi Borobudur sebagai pendamping promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas promosi yang dilakukan oleh Kopi Borobudur dalam membangun *brand association* pada tahun 2017. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif data dikumpulkan melalui wawancara mendalam didukung dengan teknik analisis yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, menyajikan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa aktivitas promosi yang dilakukan oleh Kopi Borobudur dengan cara melakukan kajian strategi yang dimulai dari perencanaan dengan menentukan target audiens serta metode komunikasi pemasaran yang akan dilakukan untuk menyampaikan pesan dalam promosinya. Pelaksanaannya dilakukan dengan promosi melalui *event-event* pameran.

**Kata kunci :** Aktivitas promosi, *brand associaton*, pameran

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Communication Science Department**

**Advertising Consentration**

**Name : Cendekiawan Putra Kusuma**

**Student Number : (20130530016)**

**Title : The Promotion Activity of Kopi Borobudur by Kampung  
Kopi Kerug Batur in 2017 to Create the Brand Association**

**Year : 2017 + 82 Pages + 39 Attachments**

**Bibliography : 14 Books + 2 Journals + 2 Websites**

Kopi Borobudur is a brand that is engaged in culinary tourism in Kampung Kopi Kerug Batur, Desa Majaksingi, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Kopi Borobudur is a local coffee brand with a distinctive taste of mocha from Menoreh hills and has a variety of flavors, i.e., cloves coffee, ginger coffee, and wine coffee.

This research discusses the promotion activity of Kopi Borobudur by Kampung Kopi Kerug Batur in 2017 to create the brand association. As one of the business actors engaged in the culinary tourism, Kampung Kopi Kerug Batur certainly has a strategy to introduce the Kopi Borobudur brand, one of the strategies is a promotional program through the exhibition media in cooperation with PT. Taman Wisata Candi Borobudur as promotional companion.

The aim of this research is describing the promotional activities by Kopi Borobudur in establishing the brand association in 2017. The method that is used in this research is descriptive with a qualitative approach to data collected through in-depth interviews supported by analytical techniques to collect the data, present the data and draw conclusions.

The result of the research shows that promotion activity done by Kopi Borobudur is by doing a strategic study which starts from planning by determining target audience and marketing communication method to convey the message in its promotion. The implementation of the promotion activity is done by promotion through exhibition events.

**Key Words:** *promotion activity, brand association, exhibition*