

**PERBANDINGAN *POSITIONING* PADA *VIDEO BRANDING*  
*COFFEE SHOP* LOKAL DAN ASING  
(Analisis Isi pada Video Profile *Tanamera* Indonesia dan *Starbucks*  
di Media *Youtube*)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Arifroem Mohamad 201710040311222

Dosen Pembimbing :

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING  
COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING  
(Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan Starbucks  
di Media Youtube)

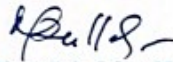
Diajukan Oleh :

**ARIFROEM MOHAMAD**

201710040311222

Telah disetujui  
*Kamis, 18 Januari 2024*

Pembimbing I



Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# SKRIPSI


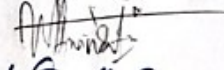
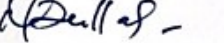
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Arifroem Mohamad**  
**201710040311222**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Kamis, 18 Januari 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :




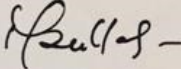
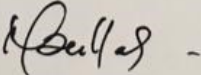

1. **Nurudin, M.Si** (  )
2. **Winda Hardyanti, M.Si.** (  )
3. **Nasrullah, S.Sos, M.Si.** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najrudin Kusum Riyal, S.IP., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <br>UNIVERSITAS<br>MUHAMMADIYAH<br>MALANG | <b>Lembar Persetujuan Skripsi</b>  |  |  |  |
|   | Nama : Arifroem Mohamad  |  |  |  |
|   | NIM : 201710040311222  |  |  |  |
|  | Jurusan : Ilmu Komputer  |  |  |  |
|  | Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  |  |  |  |
|  | Judul Skripsi : PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING<br>COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia<br>dan Starbucks di Media Youtube)   |  |  |  |
| Disetujui,<br>Pembimbing   |  |  |  |  |
| <br>Nasrullah, S.Sos, M.Si             |  |  |  |  |
| Mengetahui,<br>Ketua Prodi Ilmu Komunikasi   |  |  |  |  |
| <br>Nasrullah, S.Sos, M.Si.            |  |  |  |  |
|   | <table border="0"><tr><td><b>Kampus I</b><br/>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br/>F. +62 341 460 425</td><td><b>Kampus II</b><br/>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 551 140 (Pusat)<br/>F. +62 341 582 660</td><td><b>Kampus III</b><br/>Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br/>F. +62 341 460 435<br/>E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table> | <b>Kampus I</b><br>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br>F. +62 341 460 425                                       | <b>Kampus II</b><br>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 140 (Pusat)<br>F. +62 341 582 660 | <b>Kampus III</b><br>Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br>F. +62 341 460 435<br>E. webmaster@umm.ac.id |
| <b>Kampus I</b><br>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br>F. +62 341 460 425                   | <b>Kampus II</b><br>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 140 (Pusat)<br>F. +62 341 582 660   | <b>Kampus III</b><br>Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br>F. +62 341 460 435<br>E. webmaster@umm.ac.id |  |  |

# SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Arifroem Mohamad

NIM : 201710040311222



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan Starbucks di Media Youtube)**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 Desember 2023



Arifroem Mohamad



Kampus I  
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 351 252 (Hunting)

Kampus II  
Jl. Blandung-Sutawi No 156 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 149 (Hunting)

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No 280 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/XII/2023/FISIP-UMM/

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Arifroem Mohamad  
No. Induk Mahasiswa : 201710040311222  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO  
BRANDING COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera  
Indonesia dan Starbucks di Media Youtube)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih


Malang, 3 Desember 2023

Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si




# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 **UMM**  
1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG





**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : E.6.e/XII/2023/FISIP-UMM/

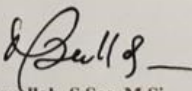
Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


NAMA : Arifroem Mohamad  
NIM : 201710040311222  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 13 (tiga belas) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 9 Desember 2023  
a.n Dekan  
Ketua Program Studi

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si



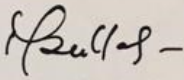
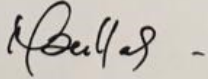



**Kampus I**  
Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 557 253 (Pusat)  
F. +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Suci No 158 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 537 748 (Pusat)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Pusat)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

|  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <br>UNIVERSITAS<br>MUHAMMADIYAH<br>MALANG | <b>Lembar Persetujuan Skripsi</b>  |   |  |   |
|   | Nama : Arifroem Mohamad<br>NIM : 201710040311222<br>Jurusan : Ilmu Komputer<br>Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik<br>Judul Skripsi : PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING<br>COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia<br>dan Starbucks di Media Youtube)   |   |  |   |
|  | Disetujui,<br>Pembimbing   |   |  |   |
|  | <br>Nasrullah, S.Sos, M.Si<br>Mengetahui,<br>Ketua Prodi Ilmu Komunikasi   |   |  |   |
|  | <br>Nasrullah, S.Sos, M.Si.  |   |  |   |
|   | <table><tr><td><b>Kampus I</b><br/>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br/>F. +62 341 460 435</td><td><b>Kampus II</b><br/>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 521 140 (Pusat)<br/>F. +62 341 582 660</td><td><b>Kampus III</b><br/>Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur<br/>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br/>F. +62 341 460 835<br/>E. <a href="mailto:webmaster@umm.ac.id">webmaster@umm.ac.id</a></td></tr></table> | <b>Kampus I</b><br>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br>F. +62 341 460 435  | <b>Kampus II</b><br>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 521 140 (Pusat)<br>F. +62 341 582 660 | <b>Kampus III</b><br>Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br>F. +62 341 460 835<br>E. <a href="mailto:webmaster@umm.ac.id">webmaster@umm.ac.id</a> |
| <b>Kampus I</b><br>Jl. Bandanjo 1 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 551 253 (Pusat)<br>F. +62 341 460 435                   | <b>Kampus II</b><br>Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 521 140 (Pusat)<br>F. +62 341 582 660   | <b>Kampus III</b><br>Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur<br>P. +62 341 464 319 (Pusat)<br>F. +62 341 460 835<br>E. <a href="mailto:webmaster@umm.ac.id">webmaster@umm.ac.id</a> |  |   |



## BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Pada Hari ini Senin, 18 Juli 2022

Telah Melaksanakan Seminar Proposal Skripsi oleh :

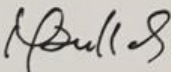
|                   |  |
|-------------------|--|
| Nama Peneliti     | Arifroem Mohamad   |
| Nim               | 201710040311222  |
| Konsentrasi Studi | Audio Visual   |
| Judul Proposal    | PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING COFFEE SHOP LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan Starbucks di Media Youtube) |

Dihadiri Oleh :

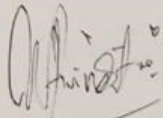
1. Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si
2. Dosen Penguji : Winda Hardyanti, M.Si.
3. Dan Sejumlah 11 Mahasiswa (Presentasi Penyajian) Penyajian

Dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS** dengan nilai.....

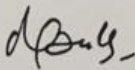
Dosen Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si

Malang, 18 Juli 2022  
Dosen Penguji

  
Winda Hardyanti, M.Si.

Kaprodi/Sekprodi  
Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si

## DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL

### PESERTA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

|                                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|
| Aulia Damar Prabandharu Joewono | 201710040311425 |
| Alfi Mawan                      | 201710040311412 |
| A.A. Permata T.                 | 201710040311*** |
| Edo japindo panggayuh           | 201810040311055 |
| Nihlatus Sofi                   | 201710040311415 |
| Mohammad Anas Asrih             | 201710040311420 |
| Dhibja purwahananta             | 201710040311416 |
| Nadwi Pahlevi                   | 201710040311420 |
| Alifian Rispana Permadi         | 201710040311410 |
| Iqbalul Ubaidurrahman           | 201710040311051 |
| Adelia Firsya Nathasya          | 201710040311428 |

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Arifroem Mohamad









Nim : 201710040311222

Program Studi : Ilmu Komunikasi

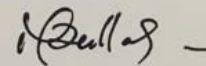
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : PERBANDINGAN POSITIONING PADA VIDEO BRANDING COFFEE SHOP  
LOKAL DAN ASING (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan  
Starbucks di Media Youtube)

Pebimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si

| Tanggal           | Keterangan               | Paraf Pembimbing   |
|-------------------|--------------------------|--|
| 07-Desember-2021  | Acc judul peneltian      |    |
| 24-Juni-2022      | Acc Bab I – III Proposal |    |
| 04-Juli-2022      | Acc Seminar Proposal     |  |
| 19-Juli-2022      | Acc Penelitian           |  |
| 17-Maret-2023     | Bab IV                   |  |
| 26-September-2023 | Bab V                    |  |
| 14-November-2023  | Bab VI                   |  |
| 04-Desember-2023  | Abstraksi                |  |

Dosen Pembimbing



Nasrullah, S.Sos, M.Si

## TANDA TERIMA PLAGIASI



**PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Tanda Terima  
Plagiasi**

---

Nama : Arifroem Mohamad  
 NIM : 201710040311222

Hasil Plagiasi : 29/11 21/11 22/11 24/11 25/11 20/11

|   |       |    |    |    |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
|---|-------|----|----|----|---|--|--------|----|----|----|----|--|---------|----|----|----|----|---|--|--------|---|--|--|--|-------|---|--|--|--|--------|---|--|--|--|
| <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">BAB I</td> <td style="width: 15%;">19</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>BAB II</td> <td>80</td> <td>47</td> <td>25</td> <td>17</td> <td></td> </tr> <tr> <td>BAB III</td> <td>59</td> <td>45</td> <td>43</td> <td>21</td> <td>7</td> </tr> </table> | BAB I | 19 |    |    |   |  | BAB II | 80 | 47 | 25 | 17 |  | BAB III | 59 | 45 | 43 | 21 | 7 | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">BAB IV</td> <td style="width: 15%;">3</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>BAB V</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>BAB VI</td> <td>9</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | BAB IV | 3 |  |  |  | BAB V | 1 |  |  |  | BAB VI | 9 |  |  |  |
| BAB I   | 19    |    |    |    |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
| BAB II  | 80    | 47 | 25 | 17 |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
| BAB III   | 59    | 45 | 43 | 21 | 7 |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
| BAB IV  | 3     |    |    |    |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
| BAB V   | 1     |    |    |    |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |
| BAB VI  | 9     |    |    |    |   |  |        |    |    |    |    |  |         |    |    |    |    |   |  |        |   |  |  |  |       |   |  |  |  |        |   |  |  |  |



**PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**M. Dasuki**

Malang,  
Admin Plagiasi Prodi,



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perbandingan Positioning pada Video Branding Coffee Shop Lokal dan Asing (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan Starbucks di Media Youtube)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (SI) Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang. Sholawat serta salam semoga tercurahkan pada Rasulullah SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kesempatan ini, ijin penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Nasrullah, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada almarhumah Ibu saya tercinta Dr. Hj. Fatmawaty Bakari, M.Pd. yang telah membesarkan, merawat dan mencintai saya sepenuh hati hingga saya tumbuh dewasa dan mandiri dalam menjalani kehidupan dunia.
4. Kepada Ayah saya Ramses Mohamad yang telah membimbing peta bijaksana dalam pilihan-pilihan hidup saya.
5. Kepada kakak saya Dhea dan Aldi yang telah memberikan perhatian, dukungan, kesabaran dan finansial kepada saya.
6. Kepada sahabat-sahabat saya Arif, Ridha, sahabat Bohemian cafe, sahabat Balai Kopi, Pahlevi, Yoman, Humaidi dan Anas yang selalu memberikan dukungan emosional dan arahan dalam pengerjaan skripsi
7. Kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini yang tak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga apa yang telah diberikan kepada penulis dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang dapat digunakan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dimasa depan bagi semua pihak.

Malang, 28 November 2023

Arifroem Mohamad





## ABSTRAK

**Arifroem Mohamad, 201710040311222, Perbandingan Positioning Pada Video Branding Coffee Shop Lokal Dan Asing (Analisis Isi pada Video Profile Tanamera Indonesia dan Starbucks di Media Youtube), 15 Bibliografi, kata kunci: Positioning, Coffee Shop, Video Profile, Youtube.**

Peningkatan level produksi dan konsumsi pada industri kopi Indonesia selama 5 tahun terakhir, berefek pada pertumbuhan kedai-kedai kopi baru di Indonesia sehingga berimbas pada persaingan yang semakin ketat. Tanamera dan Starbucks merupakan produsen yang masih eksis dan berhasil bertahan di industri kopi, tentu keberhasilan ini merupakan hasil dari berbagai strategi pemasaran dan salah satunya adalah positioning. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan membandingkan strategi positioning dari brand kopi lokal Tanamera Coffee dengan brand kopi asing Starbucks melalui video profile kedua Perusahaan yang diupload pada akun Youtube masing-masing.

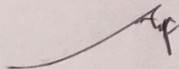
Penelitian ini menggunakan teori dari Hermawan Kartajaya yang berhubungan dengan Positioning, Differentiation dan Brand (PDB). Kartajaya menjelaskan bahwa PDB merupakan substansi dari *grand design* sebuah brand serta menjadi kunci untuk mendapatkan reputasi yang kuat dari konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan analisis isi dan tipe komparatif yang bertujuan membandingkan dua objek yaitu video profile Tanamera dan Starbucks pada masing-masing Channel di laman Youtube. Sumber data penelitian dibagi menjadi dua yaitu video profile sebagai data primer dan literatur sebagai data sekunder. Ruang lingkup pada penelitian ini berupa keseluruhan isi yang terdapat di video Youtube Tanamera Indonesia dan Starbucks.

Penelitian ini mengidentifikasi Tanamera menekankan fokus positioning berdasarkan kualitas, dengan banyaknya penghargaan internasional, bekerja sama dengan petani lokal dan inisiatif penyebaran literasi kopi modern, menunjukkan komitmen Tanamera untuk meningkatkan industri kopi Indonesia di panggung global. Disisi lain, Starbucks menekankan positioning berdasarkan atribut selama 5 menit. Starbucks memosisikan diri sebagai merek yang lebih dari sekadar penyedia kopi, dengan menekankan hubungan manusia dan inspirasi. Merek ini menciptakan suasana hangat di tempat-tempatnya dan terlibat dalam berbagai inisiatif komunitas, memperkokoh perannya sebagai kekuatan positif dalam masyarakat.

Malang, 20 Januari 2024

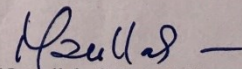
Penulis



Arifroem Mohamad

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

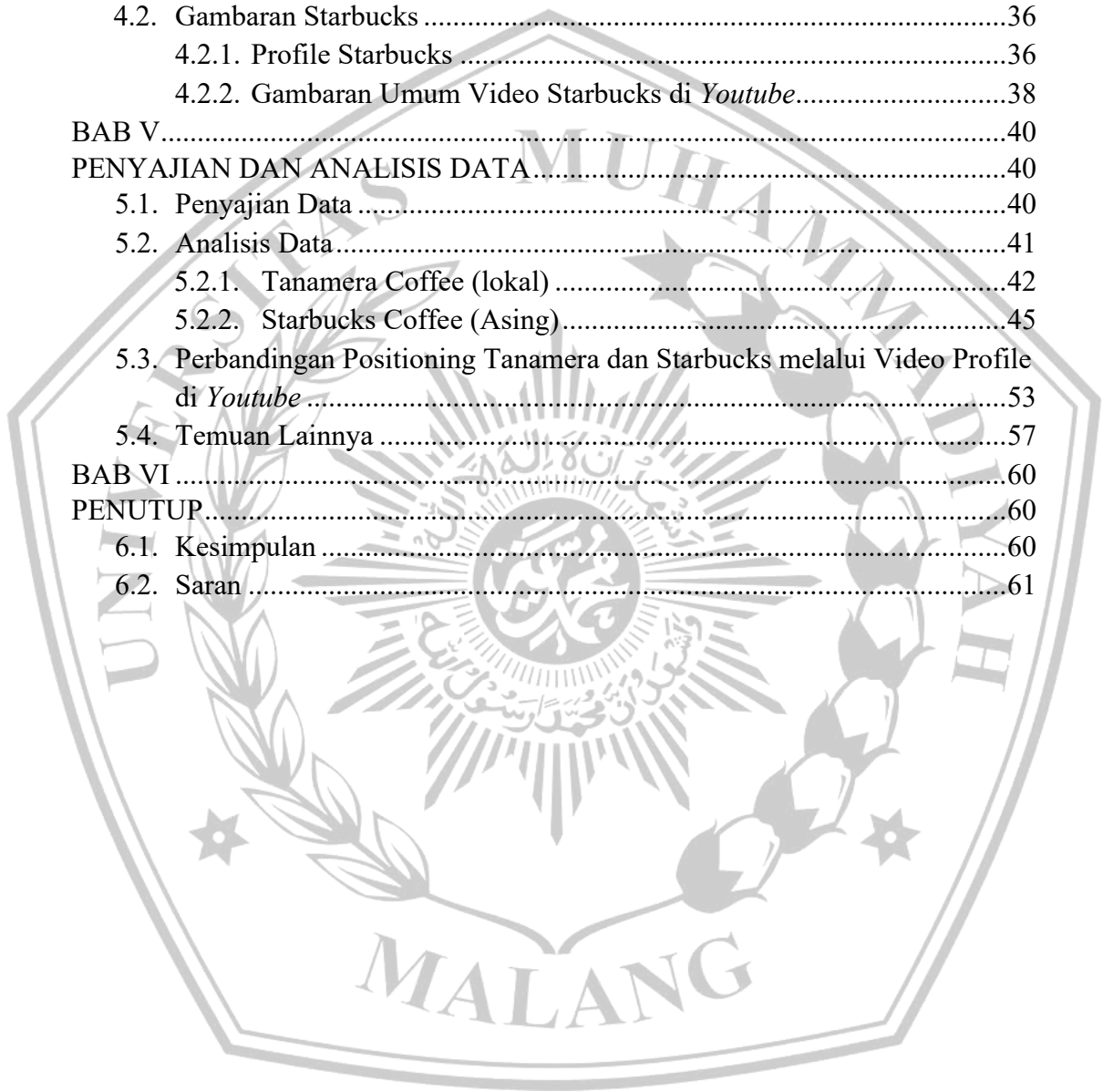


Nasrullah, S.Sos, M.Si

## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                  | ii    |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....                          | iv    |
| SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI .....                        | v     |
| SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....                         | vi    |
| SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....                      | vii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....                 | viii  |
| BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL.....                       | ix    |
| DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL.....                       | x     |
| BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....                     | xi    |
| TANDA TERIMA PLAGIASI .....                              | xii   |
| KATA PENGANTAR .....                                     | xiii  |
| ABSTRAK.....   | xv    |
| DAFTAR ISI.....  | xvi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                       | xviii |
| DAFTAR TABEL.....  | xix   |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | xviii |
| BAB I.....   | 1     |
| PENDAHULUAN .....  | 1     |
| 1.1. Latar Belakang.....                                 | 1     |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                                | 7     |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                             | 7     |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                            | 8     |
| BAB II.....  | 9     |
| KERANGKA DASAR TEORI.....                                | 9     |
| 2.1. Brand Positioning Sebagai Diferensiasi Produk ..... | 9     |
| 2.1.1. Macam-Macam Penetapan <i>Positioning</i> .....    | 11    |
| 2.2. Diferensiasi Produk.....                            | 13    |
| 2.3. Brand.....  | 15    |
| 2.4. Media Baru.....                                     | 16    |
| 2.5. Video.....  | 20    |
| 2.6. Analisis Isi.....                                   | 22    |
| 2.7. Coffee Shop.....                                    | 23    |
| 2.8. Youtube.....  | 24    |
| BAB III .....  | 26    |
| METODE PENELITIAN.....                                   | 26    |
| 3.1. Pendekatan Penelitian .....                         | 26    |
| 3.2. Tipe dan Dasar Penelitian .....                     | 27    |
| 3.3. Waktu dan Tempat Penelitian.....                    | 27    |
| 3.4. Sumber Data.....                                    | 27    |
| 3.5. Ruang Lingkup Penelitian.....                       | 28    |
| 3.6. Struktur Kategorisasi .....                         | 28    |
| 3.7. Instrument Penelitian .....                         | 29    |

|   |    |
|---|----|
| 3.8. Teknik Analisis Data.....  | 30 |
| 3.9. Uji Keabsahan Data .....   | 32 |
| BAB IV .....  | 31 |
| GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....   | 31 |
| 4.1. Gambaran Tanamera coffee .....   | 31 |
| 4.1.1. Profile Tanamera Coffee Indonesia (lokal) .....  | 33 |
| 4.1.2. Gambaran Video Tanamera Coffee Indonesia di <i>Youtube</i> .....                               | 35 |
| 4.2. Gambaran Starbucks .....   | 36 |
| 4.2.1. Profile Starbucks .....  | 36 |
| 4.2.2. Gambaran Umum Video Starbucks di <i>Youtube</i> .....  | 38 |
| BAB V.....  | 40 |
| PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....  | 40 |
| 5.1. Penyajian Data .....   | 40 |
| 5.2. Analisis Data.....   | 41 |
| 5.2.1. Tanamera Coffee (lokal) .....  | 42 |
| 5.2.2. Starbucks Coffee (Asing).....  | 45 |
| 5.3. Perbandingan Positioning Tanamera dan Starbucks melalui Video Profile<br>di <i>Youtube</i> ..... | 53 |
| 5.4. Temuan Lainnya .....   | 57 |
| BAB VI.....   | 60 |
| PENUTUP.....  | 60 |
| 6.1. Kesimpulan .....   | 60 |
| 6.2. Saran .....  | 61 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 3.1. Teknik analisis data.....                             | 31 |
| Gambar 4.1. Logo tanamera coffee Indonesia .....                  | 33 |
| Gambar 4.2. video di akun youtube tanamera coffee Indonesia ..... | 35 |
| Gambar 4.3. logo Starbucks coffee .....                           | 36 |
| Gambar 4.4. video di akun youtube starbucks coffee .....          | 39 |
| Gambar 5.1. video anaisis tanamera 1 .....                        | 42 |
| Gambar 5.2. video anaisis tanamera 2 .....                        | 43 |
| Gambar 5.3. video anaisis tanamera 3 .....                        | 44 |
| Gambar 5.4. video anaisis tanamera 4 .....                        | 45 |
| Gambar 5.5. video analisis Starbucks 1 .....                      | 46 |
| Gambar 5.6. video analisis Starbucks 2 .....                      | 47 |
| Gambar 5.7. video analisis Starbucks 3 .....                      | 48 |
| Gambar 5.8. video analisis Starbucks 4 .....                      | 49 |
| Gambar 5.9. video analisis Starbucks 5 .....                      | 50 |
| Gambar 5.10. video analisis Starbucks 6 .....                     | 51 |
| Gambar 5.11. video analisis Starbucks 7 .....                     | 52 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1. Media Baru.....   | 19 |
| Tabel 3.1. Kategorisasi Positioning .....  | 29 |
| Tabel 3.2. Instrumen Penelitian .....  | 30 |
| Table 5.1. Positioning pada brand Tanamera dan Starbucks berdasarkan kategorisasi..... | 41 |
| Tabel 5.2. Matrix Segitiga PDB dari Tanamera coffee.....                               | 56 |
| Tabel 3. Matrix Strategi PDB dari Starbucks.....                                       | 57 |



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, F. (2014). Strategi Positioning Dan Diferensiasi Dalam Upaya Membangun Brand Legipait Coffeeshop. Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya.
- Arifin, H. (2008). Teknik Menonton TV dan Mendownload Film, Musik, Game dan Ringtone dari Internet. Mediakom.
- Effendy, O. U. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kartajaya, H. (2005). Positioning, diferensiasi dan brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- kartajaya, H. (2007). Hermawan kartajaya on Segmentation. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kartajaya, H. (2017). Citizen 4.0. Menjejakkan Prinsip-prinsip Pemasaran Humanis di Era Digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Machmud, M. (2018). Tuntunan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip dasar penelitian ilmiah. Selaras.
- Nugroho, G. K. (2009). Video Profil Pemandian Sapta Tirta Pablengan Matesih Kabupaten Karanganyar. Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi 1.2, 55-58.
- Palmer, M. (2017). The Influence of Color on Mood. Undergraduate Psychology Research Methods Journal.
- Quail, D. M. (2000). Mc Quail's Communication Theory (4th Edition). London: Sage Publications.
- Radito Ibam Suseno, E. Y. (2016). Pengaruh Atribut dan Positining Produk Terhadap Citra Merek (Survei pada Pemilik Mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Sari, L. M. (Doctoral dissertation). PESAN IMMORAL DALAM FILM (Analisis Isi Dalam Film EL The Movie Karya Findo Purwono HW). Sari, Lidya Maya (2021) PESAN IMMORAL DALAM FILM (Analisis Isi Dalam Film EL The Movie Karya Findo Purwono HW). Undergraduate (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Setiarini, A. T. (2015). Strategi Positioning Dan Diferensiasi Dalam Upaya Membangun Brand, Studi Kasus Ngayogjazz. Jurnal Tata Kelola Seni 1.2.



Setiawan, A. R. (2010). Other thesis, University of Muhammadiyah Malang.  
Doctoral dissertation.

Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing  
Mix pada PT. Murni Jaya. Agora 5.1.

