

*Rebranding Daichi Culture Coffe dari Daichi Street
Menjadi Daichi Culture*



Oleh :

Saiful Sabri Ramadhan

20170530125

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

Halaman Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Saiful Sabri Ramadhan

NIM : 20170530125

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Rebranding Daichi Culture Coffe dari Daichi Street Menjadi
Daichi Culture

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sangsi dari perbuatan tersebut.

Penulis



Saiful Sabri Ramadhan

HALAMAN MOTTO

“Aku selalu lebih tertarik pada percobaan daripada prestasi”

(Orson Welles)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, tanggungjawab dan terima kasih sampai skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan karya ini kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan peradaban.
3. Kepada keluarga penulis, Bapak Suko Sajarwo, Ibu Romi Hidayati, kakak Farina Dini Sukawati dan Kakak Reni Sukawati yang telah begitu banyak memberikan doa dan semangatnya selama ini.
4. Kepada pihak dari Daichi Coffe, Haidar Malik, Catur Prastyo, Ridwan, dan Hilal
5. Kepada sahabat penulis yang selalu manemani dan memberian semangat dalam menyusun skripsi.
6. Kepada pengunjung Daichi yang telah memberikan dukungan untuk menggali informasi.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu terselesaikanya penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan rezeki serta karuniaNya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “Strategi Rebranding Daichi *Street* Menjadi *Culture*”.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat terwujud karena tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anygrah-Nya, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan peradaban.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Erwan Sudiwijaya., S.Sos., MBA., MA, selaku dosen penguji I
5. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf., S.IP., M.I.Kom., selaku dosen penguji II
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman belajar yang sangat berharga.
7. Kepada keluarga penulis, Bapak Suko Sajarwo, Ibu Romi Hidayati, Kakak Reni Sukawati, dan Kakak Farina Dini Sukawati yang telah begitu banyak memberikan doa dan semangatnya selama ini.
8. Tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak Daichi dan juga informan-informan terkait lainnya yang telah banyak membantudalam penyusunan skripsi ini.

Penulis akui masih banyak kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, apabila nantinya terdapat kesalahan dalam penyusunan skripsi ini penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga karya ini bisa diterima dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Terimakasih.

Yogyakarta, 10 Juli 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters that appear to be 'S', 'A', and 'R'.

Saiful Sabri Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERTNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Teori.....	6
F. Metode Penelitian	18
G. Penelitian Terdahulu	23
H. Uji Validitas Data	24
I. Sistematika Penulisan	25
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah	26
B. Lokasi	26
C. Visi, Misi, dan Konsep	26

D. Profil Perusahaan	27
E. Struktur Organisasi	27

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data

1. Perencanaan Rebranding	29
1.1 Mengidentifikasi Tujuan Rebranding	29
1.2 Menentukan Perubahan – Perubahan	31
1.3 Merancang Brand Awareness	38
1.4 Menentukan Penanggungjawab <i>Rebranding</i>	38
2. Implementasi Rebranding	38
2.1 Melaksanakan Strategi Rebranding	38
2.2 Menentukan Perangkat <i>Rebranding</i>	39
2.3 Menanamkan <i>Brand Awareness</i>	39
2.4 <i>Budgeting</i>	42
3. Evaluasi	42
3.1 Evaluasi	42
B. Pembahasan	44

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	55
B. SARAN	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Sebelum Rebranding	33
Gambar 3.2 Logo Sesudah Rebranding	33
Gambar 3.3 Kedai sebelum <i>rebranding</i>	34
Gambar 3.4 Kedai sesudah <i>rebranding</i>	34
Gambar 3.5 <i>Packaging</i> lama	35
Gambar 3.6 <i>Packaging</i> baru	35
Gambar 3.7 Sosial media lama	36
Gambar 3.8 Sosial media baru	36
Gambar 3.9 Varian menu Daichi	37
Gambar 3.10 Varian menu Daichi	37
Gambar 3.11 Varian menu Daichi	38
Gambar 3.12 Varian menu Daichi	38
Gambar 3.13 Varian menu Daichi	38
Gambar 3.14 Varian menu Daichi	38

