

LAMPIRAN

DRAFT WAWANCARA

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS ULIK COFFEE AND
EATERY DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS KONSUMEN**

Key Informan

Intro

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, posisi/jabatan, serta sudah berapa lama bekerja di Ulik Coffee and Eatery)
2. Bisa diceritakan secara umum apa saja tugas dan tanggung jawab Anda dalam kegiatan operasional maupun komunikasi di Ulik Coffee?
3. Menurut Anda, apa karakter atau ciri khas Ulik Coffee and Eatery yang ingin ditonjolkan kepada pelanggan?
4. Dari sudut pandang internal, hal apa yang membedakan Ulik Coffee dari coffee shop lain di area Petukangan?
5. Bagaimana Anda melihat perkembangan Ulik Coffee dalam menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan sejauh ini?

Pull Strategy

6. Menurut Anda, strategi apa saja yang dilakukan Ulik Coffee untuk menarik perhatian calon pelanggan baru?
7. Bagaimana peran media sosial, tampilan visual toko, atau event dalam menyampaikan pesan dan citra Ulik Coffee kepada masyarakat?
8. Nilai atau pesan apa yang ingin disampaikan Ulik Coffee kepada publik melalui kegiatan promosi tersebut?
9. Menurut Anda, bagaimana strategi promosi tersebut membantu membentuk citra Ulik Coffee di mata pelanggan baru?
10. Dari pengalaman Anda, bentuk promosi atau komunikasi apa yang paling efektif dalam menarik perhatian konsumen?

Push Strategy

11. Bagaimana peran staf dan barista dalam membangun hubungan langsung dengan pelanggan?
12. Menurut Anda, bagaimana pelayanan dan komunikasi interpersonal di Ulik Coffee memengaruhi kenyamanan pelanggan?
13. Strategi apa yang dilakukan Ulik Coffee untuk menjaga kedekatan dengan pelanggan agar tetap loyal?
14. Apakah ada bentuk komunikasi personal yang biasa dilakukan kepada pelanggan, seperti sapaan atau pendekatan informal?
15. Seberapa besar peran pelayanan dan suasana Ulik Coffee dalam membentuk kesan positif terhadap brand-nya menurut Anda?

Pass Strategy

16. Apakah Ulik Coffee pernah menjalin kerja sama dengan pihak luar, seperti influencer, komunitas, event lokal, atau brand lain?
17. Bisa diceritakan tujuan dari kerja sama atau kolaborasi tersebut?
18. Menurut Anda, bagaimana pengaruh kolaborasi tersebut terhadap citra dan brand awareness Ulik Coffee?
19. Dari pengamatan Anda, apakah kegiatan kolaboratif tersebut berdampak pada meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap Ulik Coffee?
20. Bagaimana strategi Ulik Coffee dalam menjalin dan menjaga hubungan dengan pihak eksternal?

Brand Awareness Konsumen

21. Menurut pengamatan Anda, bagaimana tingkat pengenalan masyarakat terhadap Ulik Coffee di kawasan Petukangan?
22. Kesan atau citra apa yang paling sering disampaikan pelanggan tentang Ulik Coffee?
23. Faktor apa yang menurut Anda membuat Ulik Coffee mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan?

24. Apakah pelanggan sering merekomendasikan Ulik Coffee kepada orang lain? Dari mana biasanya hal tersebut terlihat?
25. Menurut Anda, sejauh mana strategi Marketing Public Relations berperan dalam membangun brand awareness Ulik Coffee?

Penutup

26. Secara keseluruhan, bagaimana penilaian Anda terhadap cara Ulik Coffee berkomunikasi dengan pelanggan?
27. Apa tantangan yang dihadapi Ulik Coffee dalam membangun brand awareness?
28. Apa harapan dan saran Anda agar Ulik Coffee semakin dikenal dan disukai oleh masyarakat ke depannya?



Informan

Intro

1. Boleh ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, usia, pekerjaan/kesibukan)
2. Seberapa sering Anda berkunjung ke Ulik Coffee?
3. Pertama kali Anda mengetahui Ulik Coffee dari mana?

Pull Strategy

4. Apa yang membuat Anda tertarik untuk datang ke Ulik Coffee?
5. Promosi atau konten dari Ulik Coffee yang paling Anda ingat?
6. Menurut Anda, apakah promosi Ulik Coffee di media sosial sudah cukup efektif?
7. Bagaimana pendapat Anda mengenai tampilan visual dan vibes media sosial Ulik Coffee?

Push Strategy

8. Bagaimana pengalaman Anda selama datang ke Ulik Coffee, khususnya dalam hal pelayanan?
9. Menurut Anda, apa saja hal positif yang Anda rasakan dari pelayanan staf atau barista Ulik Coffee?
10. Adakah hal yang menurut Anda perlu ditingkatkan dari pelayanan atau operasional Ulik Coffee?
11. Ketika suasana ramai, bagaimana pengalaman Anda terkait waktu penyajian dan komunikasi staf?
12. Seberapa besar pengaruh suasana tempat dan pelayanan terhadap keinginan Anda untuk kembali ke Ulik Coffee?

Pass Strategy

13. Apakah Anda pernah melihat Ulik Coffee bekerja sama dengan influencer, kreator konten, atau komunitas?
14. Bagaimana pendapat Anda mengenai bentuk kolaborasi tersebut?
15. Menurut Anda, apakah kolaborasi tersebut membantu meningkatkan awareness Ulik Coffee?
16. Apakah kolaborasi seperti review atau promosi konten membuat Anda lebih tertarik untuk datang ke Ulik Coffee?
17. Menurut Anda, apakah Ulik Coffee perlu melakukan kolaborasi lebih sering?

Brand Awareness

18. Ketika mendengar “coffee shop di Petukangan”, apakah Ulik Coffee termasuk yang langsung Anda ingat? Mengapa?
19. Apa ciri atau kesan yang paling melekat di pikiran Anda tentang Ulik Coffee?
20. Menurut Anda, apa hal unik dari Ulik Coffee yang membuatnya mudah diingat?
21. Apakah Anda pernah merekomendasikan Ulik Coffee kepada teman atau orang lain?
22. Apa alasan Anda merekomendasikan Ulik Coffee?

Penutup

23. Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Anda mengenai Ulik Coffee?
24. Apa saran atau harapan Anda untuk Ulik Coffee ke depannya?
25. Menurut Anda, apa yang bisa dilakukan Ulik Coffee agar semakin dikenal dan disukai lebih banyak pelanggan?



LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN

A. Identitas Key Informan 1

Nama : Fachrurozi

Head Store Ulik Coffee And Eatery

B. Hasil Transkrip Wawancara

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, posisi/jabatan, sudah berapa lama bekerja di Ulik Coffee)

sebelumnya perkenalkan, nama saya Fachrurozi. Di sini sekarang menjaga sebagai Store Manager di Ulik Coffee. Kalau ditanya sudah berapa lama, kurang lebih dari 2020. Tapi waktu itu masih sebagai Admin Finance. Kalau di posisi Store Manager, kurang lebih baru satu tahun.

2. Bisa diceritakan secara umum apa saja tugas dan tanggung jawab Anda dalam kegiatan operasional maupun komunikasi di Ulik Coffee?

mungkin secara garis besarnya adalah bagaimana manage agar operasional Ulik Coffee itu berjalan dengan lancar. Karena kita ada beberapa divisi, itu ada Barista, ada Kitchen, sama ada Floor. Nah, itu semua menjadi tanggung jawab saya.

3. Menurut Anda, bagaimana karakter atau ciri khas Ulik Coffee yang ingin ditonjolkan kepada pelanggan?

Oke, kita mungkin membangun dari kulturenya dulu ya. Kita membangun kekeluargaan di sini. Jadi, sesama karyawan sangat menghargai namanya attitude, terus rasa menghormati, dan kekeluargaan itu sangat kental. Tapi, tetap berlandaskan profesional. Makanya, dari rasa kekeluargaan itu, kita upayakan bisa timbul keluar ke kustomer. Jadi, kustomer bisa merasakan bahwa ulik itu bukan sebuah coffee shop, tapi seperti rumah, tempat untuk pulang.

Pulang di sini adalah bagi para target kita. Misalnya, para pekerja yang capek untuk kerja, mampir ke Ulik merasakan kenyamanannya, terus juga orang tua, dan lain-lain sih.

4. Dari sudut pandang internal, apa hal yang menurut Anda membedakan Ulik Coffee dari coffee shop lain di area Petukangan?

mungkin pembedanya kita adalah pertama di pelayanan, dan produk itu. Mungkin kalau secara tempat, di luar sana masih banyak juga tempat-tempat yang memang lebih Instagram, lebih kece, lebih bagus, tapi dengan adanya service yang bagus asilintas yang mendukung kenyamanan pelanggan. Konsep coffee shop ini kids-friendly, menyediakan aktivitas menggambar dan buku untuk anak-anak, serta area kerja yang nyaman bagi pekerja. Toilet selalu bersih dan dilengkapi fasilitas tambahan seperti pembalut dan sanitizer. Pelayanan staf selalu dijaga agar ramah dan responsif. sehingga menjadi daya tarik utama bagi pelanggan.

5. Sejauh ini, bagaimana Anda melihat perkembangan Ulik Coffee dalam menarik dan mempertahankan pelanggan?

Saya di sini sejak Ulik cuma ada satu lantai, hanya sebagian dari ini, kemudian berkembang sampai atas dan kelebaran di bawah, itu perjalanan yang sangat luar biasa. Mungkin kalau di breakdown sejenak, di 2020 itu kan pada saat Covid, dan itu kita melatih-latihan bagaimana cara bertahan, bagaimana cara agar operasional itu tetap berjalan. Alhamdulillah, sampai sejauh ini, cara mempertahankan kita adalah dengan memberikan kliennya yang maksimal.

6. Menurut Anda, bagaimana cara Ulik Coffee menarik perhatian calon pelanggan baru?

Untuk cara menarik, yang pertama adalah mengikuti kebutuhan pasar. Kita lihat, apa sih kira-kira yang memang bisa mendatangkan traffic. Hal-hal yang lagi trending, atau hal yang lagi dicari. Terus juga ada perang sosial media, untuk bagaimana sesuatu yang kita sedang kerjakan itu bisa viral. Itu fokusnya. Misalnya, waktu lagi viralnya cream brulee, cream brulee Blok M, terus juga ubi brulunya di daerah Blok M, kita hadirkan ke sini. Ke depannya, sekarang lagi viral lifestyle hidup sehat, kita adakan minuman sehat dari madu,

fermentasi kombucha, ataupun dari bunga dan teh. Makanya kita harus pintar-pintar menjawab kebutuhan dari customer seperti apa.

7. Bagaimana kesan Anda terhadap promosi atau pesan komunikasi yang disampaikan oleh Ulik Coffee (misalnya melalui media sosial, banner, atau event)?

Mungkin di sini ada dua sudut pandang ya, memang enggak semuanya bisa berjalan dengan mulus, tapi ada beberapa yang bisa menghasilkan sesuatu yang maksimal. Contohnya ubi brulee. Ubi brulee itu kita selalu top 9 di menu favorit kita. Baru ingat lagi mungkin, lagi jaman-jamannya matcha. Kita ada varian matcha yang lebih pure, premium, dan feedback dari customer sangat bagus.

8. Menurut Anda hal apa yang paling membuat kustomer tertarik untuk mencoba produk atau datang ke Ulik Coffee pertama kali?

mungkin kalau kita ngikutin trend, banyak yang mencari varian-varian matcha. Tapi kalau kita melihat dari identitas kita sendiri sebagai ulik, sebenarnya yang dicari adalah waffle. Waffle di sini bisa dibilang adalah wajar dicoba lah. Apalagi yang suka manis-manis, itu waffle sangat menjauh keuntungan.

9. Menurut Anda, bagaimana Ulik Coffee menciptakan citra yang menarik bagi pelanggan baru?

Mungkin promosi, secara langsung atau tidak langsung. Kalau tidak langsung, ketika berkontribusi, ikut dalam kerjasama atau partnership event tertentu, misalnya bekerjasama dengan tim hijabers community dari Paragon. Itu sangat berkesan buat saya, mungkin juga bagi para peserta. Kalau secara langsung, karena banyak kebutuhan customer adalah keluarga, mereka ingin paket lengkap antara main course, minuman, dan snack. Nah, itu kita buat bundling.

10. Dari pandangan Anda, bentuk promosi atau komunikasi apa yang paling efektif dalam menarik perhatian konsumen?

Menurut saya, bentuk promosi atau komunikasi yang paling berkesan bisa berupa promosi langsung maupun tidak langsung. Untuk promosi tidak langsung, contohnya Ulik Coffee berkontribusi melalui kerjasama atau partnership dengan event tertentu, seperti kolaborasi dengan tim hijabers community dari Paragon, yang meninggalkan kesan positif bagi peserta.

Sedangkan promosi langsung bisa berupa bundling menu, misalnya pelanggan keluarga mendapatkan paket lengkap antara main course, minuman, dan snack, sehingga lebih mudah diingat dan memberikan pengalaman berkesan bagi mereka.

11. Bisa diceritakan secara umum apa saja tugas dan tanggung jawab Anda dalam kegiatan operasional maupun komunikasi di Ulik Coffee?

Saya akui dari segi tim waiters maupun kasir, interaksi sangat berjalan baik. Kalau membutuhkan data atau fakta, bisa cek di Google Maps, review customer menyebutkan staf sangat ramah. Walaupun ada beberapa kejadian yang tidak diinginkan, itu pasti ada, tapi secara keseluruhan interaksi sangat baik.

12. Menurut Anda, apakah pelayanan dan komunikasi dari pihak Ulik Coffee membuat Pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali lagi?

Ya, bisa dikatakan seperti itu. Ketika tempatnya enak, makanannya enak, dan harganya murah, tetapi pelayanan buruk, pasti customer tidak mau balik lagi. Banyak customer loyal datang lagi bahkan mengajak teman-temannya untuk menikmati bersama

13. Bagaimana Ulik Coffee menjaga kedekatan dengan pelanggan lama agar tetap loyal?

Pertama, kami memastikan kesan setiap pelanggan yang datang sangat bagus dan meminimalisir komplain. Walaupun ada komplain, kami selalu memberikan solusi baik. Kami juga memiliki program loyalty member, men-treatment customer agar datang kembali atau mengajak teman. Setiap pembelian 1 cup kopi dapat 1 poin, ketika poin mencapai 10, bisa ditukar dengan 3 kopi susu. Sistem ini juga mendorong mereka untuk mengajak teman sehingga poin bertambah.

14. Adakah bentuk komunikasi personal (seperti sapaan, promo pelanggan setia, atau ucapan khusus) yang membuat Anda merasa dihargai sebagai pelanggan?

Ada, misalnya birthday treatment: memberikan waffle favorit gratis untuk pelanggan tertentu. Kadang ada request spesial seperti ucapan ulang tahun.

Meskipun sederhana, hal ini sangat berkesan. Member dapat dibuat dengan menunjukkan KTP atau nomor telepon untuk pencatatan poin.

15. Menurut Anda, seberapa besar peran pelayanan dan suasana di Ulik Coffee dalam membentuk kesan positif terhadap brand-nya?

Sangat berpengaruh. Berdasarkan Google Review, nilai plus selalu ada di pelayanan. Saat ini kami mempertahankan bintang 4,8. Semua staf, termasuk cleaning service, memberikan pelayanan terbaik, menjaga kebersihan toilet, dan membantu hal-hal di luar job desk. Ini memberikan kesan sangat baik bagi customer dan membangun citra brand.

16. Apakah Anda pernah melihat Ulik Coffee bekerja sama dengan pihak lain (misalnya influencer, komunitas, event lokal, atau brand lain)?

Ya, selama visi sejalan. Beberapa kali kami mengadakan kerjasama, misalnya menyediakan lokasi untuk kajian komunitas Najma, Surabaya Taman Jalan, BSI, Paragon, atau bekerja sama dengan brand seperti Jakarta Floss.

17. Bagaimana tanggapan Anda terhadap kolaborasi atau kegiatan tersebut?

Kolaborasi mendukung sistem kekeluargaan di Ulik Coffee. Staf internal bahkan ikut kajian khusus. Sistem kami sangat terbuka untuk partisipasi dalam kegiatan tersebut

18. Menurut Anda, apakah kerja sama seperti itu membantu memperkuat citra positif Ulik Coffee di mata pelanggan?

sangat memperkuat. Kolaborasi dengan komunitas atau brand lain membuat brand semakin kuat, menjawab kebutuhan pasar, dan saling menguntungkan.

19. Bagaimana menurut Anda pengaruh kegiatan kolaboratif tersebut terhadap minat masyarakat untuk mengenal Ulik Coffee lebih jauh?

Kolaborasi seperti dengan Jakarta Floss sangat saling menguntungkan. Pelanggan Ulik jadi mengenal Jakarta Floss, begitu juga sebaliknya. Dengan adanya kolaborasi, masyarakat jadi lebih tahu lokasi Ulik dan mengenal brand kami lebih luas.

20. Dari pengamatan Anda, seberapa efektif cara Ulik Coffee menjalin hubungan dengan pihak luar dalam menarik perhatian pelanggan baru?

Jelas efektif. Kolaborasi komunitas dan brand dapat menarik pelanggan baru. Pelanggan baru dari sosial media sulit diukur, tetapi sebagian besar pelanggan baru berasal dari mulut ke mulut.

21. Menurut pengamatan Anda, bagaimana tingkat pengenalan masyarakat terhadap Ulik Coffee di kawasan Petukangan?

Insya Allah bisa dibilang seperti itu. Saat ini Ulik Coffee belum ada saingan yang signifikan. Dengan fasilitas yang ada dan target masing-masing, brand kami mudah dikenali.

22. Kesan atau citra apa yang paling sering disampaikan pelanggan tentang Ulik Coffee?

Kesan yang paling banyak muncul di Google Review adalah layanan, kemudian makanan dan harga. Menu kami menjawab semua kebutuhan target pelanggan, mulai dari menu reguler hingga eksklusif.

23. Faktor apa yang menurut Anda membuat Ulik Coffee mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan?

Dari nama mungkin kita sangat menarik.

Seperti Ulik, apa sih Ulik? Ketika datang di sini, Kakak mau ngulik apa? Ngulik apa hari ini? Bagaimana nguliknya? Jadi kata Ulik itu sebenarnya dari segi suatu hal atau kata yang mungkin mudah diingat. Sangat unik. Tapi di sisi lain kita ada pelayanan, ada produk, sama tempat yang memang sulit untuk dilupakan.

24. Menurut Anda, apa yang membuat brand Ulik Coffee mudah dikenali dibandingkan kafe lain?

Mungkin dari segi pelayanan, yang bisa dikatakan baik, karena terbukti review bintang 4,8 terus juga menu-menu yang memang nggak bisa dicari di tempat lain. Kayak mungkin waffle biskop mungkin brand sebelah, samping ada dia ngeluarin waffle juga tapi kan beda, jelas rasanya beda. Seperti itu.

25. Menurut Anda, sejauh mana strategi Marketing Public Relations berperan dalam membangun brand awareness Ulik Coffee?

Nggak jauh-jauh dari tadi sih. Pasti pelayanan, produk, sama harga. Kenapa pelayanan pertama tadi udah dijelaskan juga.

26. Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Anda tentang cara Ulik Coffee berkomunikasi dengan pelanggan?

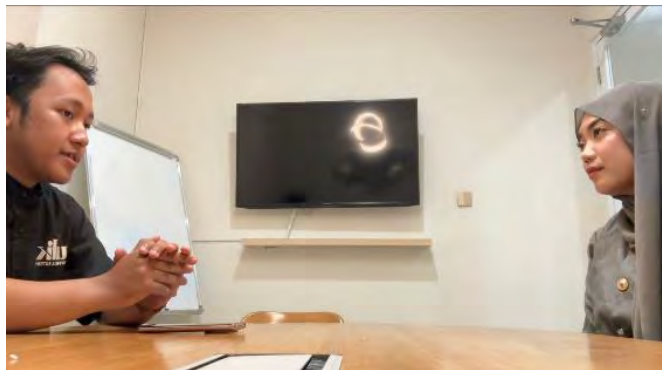
Secara keseluruhan komunikasi berjalan baik. Terbukti dari traffic yang konsisten dan review positif dari pelanggan loyal. Marketing juga terbantu oleh feedback dari customer loyal yang menyebarkan pengalaman mereka ke orang lain.

27. Apa harapan Anda terhadap promosi atau kegiatan komunikasi Ulik Coffee ke depannya?

Untuk promosi mungkin bisa terus mengikuti kemauan pasar tapi juga harus melihat dengan segi kebutuhan. Mungkin banyak nih trend-trend di luar sana yang memang viral atau bagus, tapi ketika dilihat dari Ulik sendiri, apakah itu relevan ataupun itu sesuai perlu dikaji lagi. Makanya kedepan promosi itu lebih menyesuaikan dengan kebutuhan kita sini. Mungkin bisa di-reset lagi.

28. Jika Anda bisa memberikan saran kepada Ulik Coffee agar semakin dikenal dan disukai pelanggan, apa yang ingin Anda sampaikan?

Jangan berhenti berinovasi, berkolaborasi, dan memberikan pelayanan maksimal. Tagline brand kami: chill, coffee, connect, collaborate, dimana chill untuk tempat santai, coffee untuk kualitas kopi, connect untuk terhubung dengan pelanggan, dan collaborate untuk kolaborasi dengan pihak lain.



Dokumentasi Wawancara Bersama Head Store Wildan Ulik Coffee

A. Identitas Key Informan 2

Nama : Diana Saputri

Head Waiters Ulik Coffee and Eatery

B. Hasil Transkrip Wawancara

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, posisi/jabatan, sudah berapa lama bekerja di Ulik Coffee)

Nama saya Diana, saya bekerja sebagai Head Waiter di Ulik Coffee and Eatery. Saya sudah bekerja di Ulik kurang lebih dua tahun. Tugas saya mengawasi operasional harian di area dining, memastikan pelayanan berjalan baik, serta mengkoordinasikan waiters

2. Apa saja tugas dan tanggung jawab utama Anda dalam operasional sehari-hari?

Tanggung jawab saya mencakup memastikan standar pelayanan tetap konsisten, menyampaikan promo atau informasi baru ke staff dan pelanggan, menangani komplain, serta memastikan suasana outlet tetap nyaman dan rapi. Saya juga sering membantu menyampaikan program loyalitas ke pelanggan

3. Menurut Anda, bagaimana karakter atau ciri khas Ulik Coffee yang ingin ditonjolkan kepada pelanggan?

Kami ingin Ulik dikenal sebagai coffee shop yang nyaman, bersih, ramah keluarga, dan punya pelayanan yang hangat. Banyak pelanggan bilang Ulik itu 'homey', jadi kami berusaha menjaga kesan itu.

4. Dari sudut pandang internal, apa hal yang menurut Anda membedakan Ulik Coffee dari coffee shop lain di area Petukangan?

Menurut saya, Ulik unggul di fasilitas. Kami kids-friendly, ada activity sheet untuk anak-anak, private room, mushola, toilet bersih, sampai birthday treat gratis. Pelayanan staff juga kami jaga supaya selalu ramah dan cepat.

5. Sejauh ini, bagaimana Anda melihat perkembangan Ulik Coffee dalam menarik dan mempertahankan pelanggan?

Perkembangannya cukup bagus. Banyak pelanggan baru datang karena rekomendasi temannya, dan banyak pelanggan lama yang repeat order karena nyaman dengan suasana dan pelayanannya.

6. Menurut Anda, bagaimana cara Ulik Coffee menarik perhatian calon pelanggan baru?

Biasanya dari tampilan outlet yang estetik, papan menu depan, serta promo menu baru. Banyak juga yang datang karena lihat review di Instagram atau akun kuliner.

7. Bagaimana kesan Anda terhadap promosi atau pesan komunikasi yang disampaikan oleh Ulik Coffee (misalnya melalui media sosial, banner, atau event)?

Promosi kami sederhana tapi informatif. Misalnya saat ada menu baru atau diskon tertentu, kami jelaskan ke pelanggan secara langsung dan biasanya juga diposting oleh owner di Instagram.

8. Apa hal yang paling membuat Anda tertarik untuk mencoba produk atau datang ke Ulik Coffee pertama kali?

Kebanyakan bilang tertarik karena suasana tempatnya nyaman dan bersih. Banyak keluarga juga tertarik karena Ulik kids-friendly

9. Menurut Anda, bagaimana Ulik Coffee menciptakan citra yang menarik bagi pelanggan baru?

Kami konsisten jaga kebersihan, keramahan staff, dan ambience yang estetik. Itu yang membentuk kesan pertama pelanggan

10. Apa bentuk komunikasi atau promosi dari Ulik Coffee yang paling berkesan atau mudah Anda ingat?

Program birthday treat. Banyak pelanggan kaget karena dapat waffle es krim gratis. Itu jadi pengalaman yang membuat mereka mudah ingat Ulik

11. Bagaimana peran staf dan barista dalam membangun hubungan langsung dengan pelanggan?

Kami dilatih untuk greeting, memastikan pelanggan nyaman, serta menjelaskan menu dengan baik. Interaksi harus hangat dan sopan

12. Menurut Anda, apakah pelayanan dan komunikasi dari pihak Ulik Coffee membuat pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali lagi?

Banyak pelanggan bilang mereka balik lagi karena staff-nya ramah dan pelayanan cepat

13. Bagaimana Ulik Coffee menjaga kedekatan dengan pelanggan lama agar tetap loyal?

Kami mengenali pelanggan tetap. Biasanya kami ingat pesanan favorit mereka, menyapa saat datang, dan menjelaskan promo baru secara personal.

14. Adakah bentuk komunikasi personal (seperti sapaan, promo pelanggan setia, atau ucapan khusus) yang membuat Anda merasa dihargai sebagai pelanggan?

Biasanya kami bilang ‘pesanan biasanya ya, Kak?’ atau memberi ucapan ulang tahun dan waffle ulang tahun. Itu hal kecil tapi pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai.

15. Menurut Anda, seberapa besar peran pelayanan dan suasana di Ulik Coffee dalam membentuk kesan positif terhadap brand-nya?

Sangat besar. Brand Ulik itu identik dengan kenyamanan, keramahan, dan kebersihan. Itu yang paling sering disebut di review.

16. Apakah Anda pernah melihat Ulik Coffee bekerja sama dengan pihak lain (misalnya influencer, komunitas, event lokal, atau brand lain)?

Pernah. Ada beberapa akun kuliner yang review Ulik, dan pernah juga ada event kecil komunitas yang pakai tempat di private room

17. Bagaimana tanggapan Anda terhadap kolaborasi atau kegiatan tersebut?

Menurut saya bagus, karena membantu mengenalkan Ulik ke orang yang belum pernah datang.

18. Menurut Anda, apakah kerja sama seperti itu membantu memperkuat citra positif Ulik Coffee di mata pelanggan?

Ya, terutama review positif dari akun kuliner. Itu membuat nama Ulik lebih dipercaya.

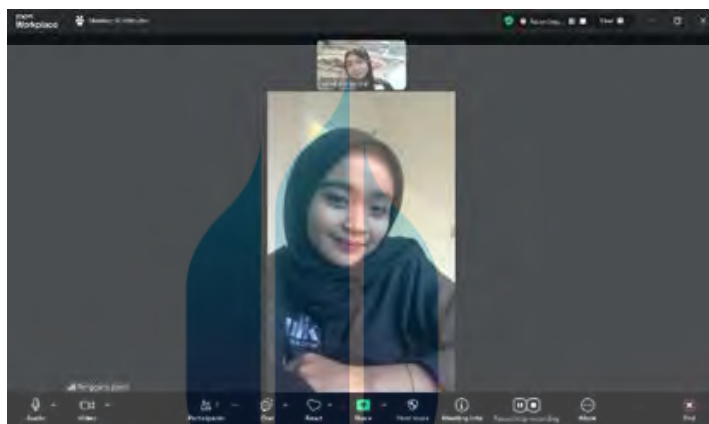
- 19. Bagaimana menurut Anda pengaruh kegiatan kolaboratif tersebut terhadap minat masyarakat untuk mengenal Ulik Coffee lebih jauh?**
Cukup besar. Biasanya setelah ada akun kuliner posting, pengunjung baru meningkat beberapa hari.
- 20. Dari pengamatan Anda, seberapa efektif cara Ulik Coffee menjalin hubungan dengan pihak luar dalam menarik perhatian pelanggan baru?**
Menurut saya efektif, walaupun belum terlalu sering. Tapi setiap ada review, dampaknya cukup terasa.
- 21. Menurut pengamatan Anda, bagaimana tingkat pengenalan masyarakat terhadap Ulik Coffee di kawasan Petukangan?**
Iya, karena Ulik cukup dikenal lewat review dan lokasinya strategis dekat halte.
- 22. Kesan atau citra apa yang paling sering disampaikan pelanggan tentang Ulik Coffee?**
Kenyamanan tempat, kebersihan, dan pelayanan ramah. Banyak juga yang ingat fasilitas anak dan waffle ulang tahun.
- 23. Faktor apa yang menurut Anda membuat Ulik Coffee mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan?**
Dari experience mereka di outlet suasana, pelayanan, dan kualitas makanan-minuman.
- 24. Menurut Anda, apa yang membuat brand Ulik Coffee mudah dikenali dibandingkan kafe lain?**
Interior estetik, logo simple, dan suasana yang khas. Banyak pelanggan bilang ‘tempatya beda dari cafe sekitar sini
- 25. Apakah Anda pernah merekomendasikan Ulik Coffee kepada teman atau keluarga? Apa alasan Anda melakukannya?**
Sering. Biasanya karena tempatnya nyaman dan cocok untuk semua usia.
- 26. Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Anda tentang cara Ulik Coffee berkomunikasi dengan pelanggan?**
Menurut saya sudah baik. Komunikasinya natural, tidak dibuat-buat, dan lebih mengutamakan keramahan

27. Apa harapan Anda terhadap promosi atau kegiatan komunikasi Ulik Coffee ke depannya?

Semoga lebih aktif di media sosial dan lebih sering buat event kecil supaya makin dikenal.

28. Jika Anda bisa memberikan saran kepada Ulik Coffee agar semakin dikenal dan disukai pelanggan, apa yang ingin Anda sampaikan?

Mungkin bisa lebih rutin kolaborasi dengan komunitas, menambah konten online, dan memperkuat identitas visual.



Dokumentasi Wawancara Bersama Head Waiter Diana Ulik Coffee

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

A. Identitas Key Informan 3

Nama : Muhammad Wildan

Staff Kasir Ulik Coffee and Eatery

B. Hasil Transkrip Wawancara

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda? (nama, posisi/jabatan, sudah berapa lama bekerja di Ulik Coffee

Nama saya Muhammad Wildan, saya bekerja sebagai staff kasir di Ulik Coffee. Saya sudah bekerja di Ulik kurang lebih 2 tahun 5 bulan.

2. Apa saja tugas dan tanggung jawab utama Anda dalam operasional sehari-hari?

Tugas utama saya adalah meng-handle transaksi pembayaran baik tunai, QRIS, maupun debit. Saya juga bertanggung jawab terhadap pencatatan kas kecil dan kas besar, serta membuat laporan harian (daily report) setiap 3 jam sekali.

3. Menurut Anda, bagaimana karakter atau ciri khas Ulik Coffee yang ingin ditonjolkan kepada pelanggan?

Ciri khas Ulik Coffee adalah dari nama dan konsepnya yang unik—“Ulik” berasal dari bahasa Betawi “ngulik” yang berarti mencari cita rasa. Selain itu, Ulik menonjolkan pelayanan (service) yang sangat bagus, dibuktikan dengan rating 4,8 dari lebih dari seribu review.

4. Dari sudut pandang internal, apa hal yang menurut Anda membedakan Ulik Coffee dari coffee shop lain di area Petukangan?

Ulik berbeda karena Perkembangan pesat dari tempat kecil hingga menjadi jauh lebih besar lalu Pendekatan personal ke pelanggan. pelanggan dianggap seperti teman atau saudara. Dan komunikasi aktif dengan pelanggan terkait rasa dan pengalaman mereka.

5. Sejauh ini, bagaimana Anda melihat perkembangan Ulik Coffee dalam menarik dan mempertahankan pelanggan?

Perkembangannya sangat baik. Selain dari review, Ulik berhasil menarik pelanggan dengan: tempat yang berkembang jauh lebih besar, komunikasi yang dekat, dan perhatian pada kenyamanan pelanggan.

6. Menurut Anda, bagaimana cara Ulik Coffee menarik perhatian calon pelanggan baru?

Ulik menarik pelanggan baru melalui promo harian dan bulanan. Setiap hari Senin - Rabu ada promo berbeda, dan setiap bulan ada paket promo minuman, makanan, dan dessert. Ulik juga memasang banner/pajangan promo di depan toko karena lokasi berada di pinggir jalan besar.

7. Bagaimana kesan Anda terhadap promosi atau pesan komunikasi yang disampaikan oleh Ulik Coffee (misalnya melalui media sosial, banner, atau event)?

Promosi Ulik cukup baik, namun kadang ada staff yang lupa menawarkan promo. SOP-nya adalah staff wajib menawarkan promo kepada setiap pelanggan. Komunikasinya berjalan aktif melalui kasir dan waiter saat pelanggan memesan.

8. Apa hal yang paling membuat Anda tertarik untuk mencoba produk atau datang ke Ulik Coffee pertama kali?

Produk yang paling menarik pelanggan pertama kali adalah Kopi Biskop, minuman manis dengan cita rasa biskuit dan caramelized. Untuk makanan, menu seperti Mixed Platter, Nasi Sambal Matah, dan Chicken Grilled with Gravy sangat diminati.

9. Menurut Anda, bagaimana Ulik Coffee menciptakan citra yang menarik bagi pelanggan baru?

Dengan menampilkan visual menu yang unik, rasa minuman yang berbeda dari tempat lain, pelayanan ramah dan komunikatif, suasana yang nyaman untuk berbagai kegiatan seperti event, komunitas, hingga kerja kelompok.

10. Apa bentuk komunikasi atau promosi dari Ulik Coffee yang paling berkesan atau mudah Anda ingat?

Promosi yang paling berkesan adalah promosi yang ditawarkan langsung oleh staff (*upselling*). Interaksi ini sekaligus melatih public speaking setiap staff.

11. Bagaimana pengalaman Anda dalam berinteraksi langsung dengan staf atau barista di Ulik Coffee?

Pelayanannya sangat bagus dan menjadi alasan utama pelanggan kembali. Banyak pelanggan datang kembali karena merasakan pelayanan yang ramah dan suasana nyaman.

12. Menurut Anda, apakah pelayanan dan komunikasi dari pihak Ulik Coffee membuat Anda merasa nyaman dan ingin kembali lagi?

Pelayanan dinilai sangat bagus dan menjadi alasan utama pelanggan kembali. Banyak pelanggan datang kembali karena merasakan pelayanan yang ramah dan suasana nyaman.

13. Bagaimana Ulik Coffee menjaga kedekatan dengan pelanggan lama agar tetap loyal?

Melalui program member loyalty jadi Setiap pembelian kopi mendapat 1 poin. Jika sudah 10 poin, pelanggan mendapat minuman gratis. Cukup mendaftar dengan nama dan nomor telepon.

14. Adakah bentuk komunikasi personal (seperti sapaan, promo pelanggan setia, atau ucapan khusus) yang membuat Anda merasa dihargai sebagai pelanggan?

staff sering menyapa, menjelaskan menu secara detail, membantu menyesuaikan rasa, dan menanyakan feedback.

15. Menurut Anda, seberapa besar peran pelayanan dan suasana di Ulik Coffee dalam membentuk kesan positif terhadap brand-nya?

Pelayanan adalah faktor nomor satu. Meskipun rasa juga penting, pelayanan yang sopan, ramah, dan cepat menjadi pembentuk citra brand yang paling kuat.

16. Apakah Anda pernah melihat Ulik Coffee bekerja sama dengan pihak lain (misalnya influencer, komunitas, event lokal, atau brand lain)?

Banyak influencer atau artis datang karena relasi owner yang memiliki channel besar. Ada juga event komunitas seperti kajian muslimah, komunitas ibu-ibu, dll.

17. Bagaimana tanggapan Anda terhadap kolaborasi atau kegiatan tersebut?

Kolaborasi dengan influencer sangat bagus dan berpengaruh besar untuk mengenalkan Ulik ke banyak orang.

18. Menurut Anda, apakah kerja sama seperti itu membantu memperkuat citra positif Ulik Coffee di mata pelanggan?

Sangat membantu. Influencer dengan banyak followers membuat Ulik lebih dikenal dan dipercaya.

19. Bagaimana menurut Anda pengaruh kegiatan kolaboratif tersebut terhadap minat masyarakat untuk mengenal Ulik Coffee lebih jauh?

Pelanggan sering datang karena melihat rekomendasi influencer. Banyak yang mengatakan bahwa mereka mengenal Ulik dari selebgram tertentu.

20. Dari pengamatan Anda, seberapa efektif cara Ulik Coffee menjalin hubungan dengan pihak luar dalam menarik perhatian pelanggan baru?

Efektif. Ada influencer yang sering kembali dan mengunggah konten sehingga kolaborasi berlanjut dengan sendirinya

21. Ketika mendengar kata “coffee shop di Petukangan” atau “tempat nongkrong anak muda,” apakah Ulik Coffee termasuk yang langsung terlintas di pikiran Anda? Mengapa?

karena Ulik adalah salah satu coffee shop yang paling berkembang, paling ramai, dan menjadi tempat favorit kalangan keluarga maupun anak muda.

22. Informasi atau kesan apa yang paling melekat di pikiran Anda tentang Ulik Coffee?

Yang paling melekat adalah pelayanan 5S (salam, senyum, sapa, sopan, santun) dan perkembangan tempat yang sangat pesat.

23. Bagaimana cara Ulik Coffee membuat Anda mengingat merek dan suasana mereka?

Melalui rasa minuman yang berbeda (Kopi biscoff, Ubi Brulee), suasana nyaman untuk keluarga, event, dan nongkrong, serta pelayanan ramah dan sopan.

24. Menurut Anda, apa yang membuat brand Ulik Coffee mudah dikenali dibandingkan kafe lain?

Dua hal utama yaitu Word of mouth yang kuat dan Media sosial yang aktif.

Word of mouth dianggap paling efektif karena dianggap lebih jujur dan terpercaya.

25. Apakah Anda pernah merekomendasikan Ulik Coffee kepada teman atau keluarga? Apa alasan Anda melakukannya?

Ya. Banyak pelanggan terutama Gen Z merekomendasikan Ulik karena harga terjangkau, rasa enak, dan pelayanan ramah.

26. Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Anda tentang cara Ulik Coffee berkomunikasi dengan pelanggan?

Komunikasi sudah baik dan terus dijaga. Pelanggan baru dirangkul, pelanggan lama dipertahankan melalui sistem member loyalty.

27. Apa harapan Anda terhadap promosi atau kegiatan komunikasi Ulik Coffee ke depannya?

Harapannya adalah lebih aktif lagi di media sosial, terutama dengan influencer dan kolaborasi kreatif lainnya.

28. Jika Anda bisa memberikan saran kepada Ulik Coffee agar semakin dikenal dan disukai pelanggan, apa yang ingin Anda sampaikan?

Tetap menjaga keharmonisan internal antar divisi, meningkatkan kedekatan dengan pelanggan, dan menjaga komunikasi yang sopan, terutama untuk pelanggan yang lebih tua.



Wawancara Langsung Bersama Key Informan Wildan

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN

A. Identitas Informan 1

Nama : Naya Saumi Putri

Konsumen Ulik Coffee and Eatery

B. Hasil Transkrip Wawancara

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda, Nama, Usia, Pekerjaan?

Nama saya Naya, umur 22 tahun. Saya kuliah sambil kerja freelance.

2. Pertama kali Anda mengetahui Ulik Coffee dari mana?

Awalnya dari rekomendasi teman, terus saya lihat Instagram Ulik juga. Tempatnya nyaman, aesthetic tapi nggak berlebihan, jadi tertarik buat datang.

3. Promosi atau konten apa dari Ulik yang paling Anda ingat?

Yang paling keinget itu program *Birthday Waffle nya*. Menarik banget sih, soalnya gapernah ada coffee shop yang kasih *reward* ulang tahun kayak gitu.

4. Menurut Anda, apakah promosi Ulik di media sosial sudah cukup efektif?

Secara visual bagus, rapi, dan konsisten. Cuma mungkin bisa lebih sering posting biar makin banyak orang tahu. Tempatnya sebenarnya potensial banget..

5. Apa yang bikin Anda pengen coba datang ke Ulik pertama kali?

Karena tempatnya nyaman, Keliatan nya enak buat santai atau kerja. Suasananya langsung bikin pengen coba datang.

6. Menurut Anda, bagaimana Ulik Coffee bikin kesan yang menarik buat pelanggan baru?

Karena konsepnya nyaman, ada *kids corner*, dan program unik kayak *Birthday Waffle*, jadi gampang diingat dan bikin penasaran.

7. Bagaimana pengalaman Anda selama datang ke Ulik Coffee, khususnya pelayanannya?

Pelayanannya ramah banget. Baristanya suka nyapa duluan, kalau bingung pilih menu mereka jelasin. Tempatnya bersih dan rapi, toiletnya juga wangi itu poin penting buat saya

8. Ada hal yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau operasional Ulik Coffee?

Kalau lagi rame, pesanan minum agak lama. Tapi staf selalu minta maaf dan komunikasinya baik. Mungkin bisa tambah staf pas weekend.

9. Pernah lihat Ulik Coffee kerja sama dengan influencer atau komunitas?

Pernah, ada beberapa review dari food content creator local terus dia juga ada kolaborasi sama roti jakarta floss. Bagus sih, kalau lebih sering kolaborasi awareness nya bisa makin gede.

10. Kalau dengar “coffee shop di Petukangan,” apakah langsung kepikiran Ulik Coffee? Kenapa?

Iya langsung kepikiran. Tempatnya nyaman, family-friendly, ada kids corner juga, jadi punya ciri khas dan gampang diingat.

11. Pernah rekomendasiin Ulik ke teman atau orang lain?

Iya, sering. Biasanya buat teman yang butuh tempat kerja santai atau nongkrong *chill*.

12. Menurut Anda, apa yang bikin brand Ulik Coffee gampang diingat dibanding kafe lain?

Karena tempatnya nyaman, enak buat santai atau kerja, staff nya ramah semua, tempatnya bersih, fasilitasnya lengkap sampai disediakan pembalut di toilet, jadi tiap bingung mau kemana pilihan saya jatuh kepada ulik.

13. Secara keseluruhan, gimana pendapat Anda soal cara Ulik berkomunikasi dengan pelanggan?

Sudah bagus, rapi dan menarik di media sosial, terus pelayanan langsung juga bagus banget.

14. Apa harapan Anda buat promosi atau kegiatan komunikasi Ulik ke depan?

Dipertahankan pelayanan dan kebersihannya. Terus mungkin lebih aktif lagi di media sosial biar lebih banyak orang tahu.

15. Kalau bisa kasih saran biar Ulik makin dikenal dan disukai pelanggan, apa yang mau disampaikan?

Perbanyak konten di media sosial dan promosinya serta kolaborasinya, biar makin banyak pelanggan tetap yang datang lagi.



Wawancara Langsung Bersama Informan Naya

A. Identitas Informan 2

Nama : Utami Widiani Putri

Konsumen Ulik Coffee and Eatery

B. Hasil Transkrip Wawancara

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda, Nama, Usia, Pekerjaan?

Nama saya Utami, 21 tahun, baru lulus kuliah.

2. Pertama kali Anda mengetahui Ulik Coffee dari mana?

Awalnya dari TikTok, terus teman juga bilang tempatnya enak. Pas lihat videonya, cozy banget, jadi penasaran pengen datang.

3. Promosi atau konten apa dari Ulik yang paling Anda ingat?

Yang paling keinget itu kids corner sama birthday treat-nya. Bener-bener bikin beda dari coffee shop lain.

4. Menurut Anda, apakah promosi Ulik di media sosial sudah cukup efektif?

Udah oke sih, tampilannya rapi dan menarik. Cuma kalau bisa lebih sering upload konten, mungkin Ulik bakal makin terkenal.

5. Apa yang bikin Anda pengen coba datang ke Ulik pertama kali?

Suasananya cozy banget, bikin penasaran langsung pengen coba sendiri.

6. Menurut Anda, bagaimana Ulik Coffee bikin kesan yang menarik buat pelanggan baru?

Karena tempatnya nyaman dan ada fasilitas unik kayak kids corner sama birthday treat, jadi beda dari yang lain.

7. Bagaimana pengalaman Anda selama datang ke Ulik Coffee, khususnya pelayanannya?

Pelayanannya bagus banget, staf ramah dan sopan. Suasananya juga tenang dan bersih, bikin betah duduk lama.

8. Ada hal yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau operasional Ulik Coffee?

Kalau weekend suka penuh banget. Mungkin bisa update kondisi seat di Instagram Story, biar orang bisa atur waktu datang.

9. Pernah lihat Ulik Coffee kerja sama dengan influencer atau komunitas?

Pernah, ada beberapa event kecil di Instagram. Bagus, tinggal diperbanyak aja biar makin rame.

10. Kalau dengar “coffee shop di Petukangan,” apakah langsung kepikiran Ulik Coffee? Kenapa?

Iya, langsung kepikiran. Tempatnya nyaman, bersih, dan vibes-nya beda dari coffee shop lain.

11. Pernah rekomendasiin Ulik ke teman atau orang lain?

Pernah banget. Biasanya ke teman yang lagi cari tempat santai tapi tetap tenang buat nongkrong atau kerja.

12. Menurut Anda, apa yang bikin brand Ulik Coffee gampang diingat dibanding kafe lain?

Fasilitas unik sama pelayanan ramah, bikin beda dari kafe lain.

13. Secara keseluruhan, gimana pendapat Anda soal cara Ulik berkomunikasi dengan pelanggan?

Sudah oke, rapi dan menarik di media sosial, terus pelayanan langsung juga enak.

14. Apa harapan Anda buat promosi atau kegiatan komunikasi Ulik ke depan?

Semoga lebih aktif di media sosial dan sering ada promo.

15. Kalau bisa kasih saran biar Ulik makin dikenal dan disukai pelanggan, apa yang mau disampaikan?

Perbanyak konten di medsos sama promosinya, biar makin banyak pelanggan tetap yang datang lagi.



Wawancara Langsung Bersama Informan Utami

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN



072.423.4 (03.01)

Nomor : 08-1/257/F-/IV/2025
Lampiran : -
Perihal : Perizinan TAPN

Jakarta, 20 April 2025

Kepada Yth.
Bapak Fachrurrozi
store manager
Ulik Coffee
Jl. Ciledug Raya No.10B, Petukangan Sel., Kec.Pesanggrahan

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa, semoga Bapak beserta segenap jajaran Pimpinan dan Staf Ulik Coffee selalu berada dalam lindungan-Nya.

Dengan ini kami sampaikan bahwa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana mewajibkan mahasiswa/i untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon berkenan untuk dapat memberikan ijin kepada mahasiswa kami :

Nama : Salsabila Aprita Utami
Nim : 44222010240
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Public Relation Ulik Coffee and Eatry dalam Membangun Citra dengan Customer melalui Media Sosial Instagram @ulikcoffee
Telepon : 81218458656

Untuk memperoleh data skripsi dengan cara melakukan wawancara di lingkungan Ulik Coffee. Perlu kami sampaikan bahwa data tersebut akan digunakan untuk penelitian dalam penyusunan skripsi.

Demikian permohonan kami. Atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


Dr. Farid Hamid, M.Si
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Tembusan : Arsip

Fakultas Ilmu Komunikasi
KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 1 Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-5870341
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail : fikom@mercubuana.ac.id

LAMPIRAN

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN



**PT SINERGI BERKAH BERLIMPAH
ULIK COFFEE & EATERY**

Jl. Ciledug Raya No. 10B RT.03/RW.3, Petukangan Selatan,
Kec. Pesangrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12270.
082249696787, ulikcoffeeshop@gmail.com, @ulikcoffee

SURAT BALASAN PERMOHONAN PENELITIAN

Nomor: 056/UCL/08/XII/2025

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
di Tempat

Dengan hormat,

Terima kasih kami sampaikan atas surat yang diberikan kepada kami dengan nomor 08-1/257/F-IV/2025 mengenai permohonan izin penelitian mahasiswa atas nama:

Nama : Salsabila Aprita Utami
NIM : 44222010240
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : *Strategi Komunikasi Public Relation Ulik Coffee and Eatery dalam Membangun Citra dengan Customer melalui Media Sosial Instagram @ulikcoffee*
Telepon : 0812-1845-8656

Dengan ini, kami dari Ulik Coffee & Eatery menyampaikan bahwa pada prinsipnya kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan wawancara dan pengambilan data yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi, selama tetap mematuhi ketentuan, tata tertib, serta menjaga kerahasiaan informasi internal perusahaan.

Kami tetap berharap kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik bagi mahasiswa dalam penyelesaian studi maupun bagi Ulik Coffee sebagai bahan evaluasi serta pengembangan ke depannya.

Kami perlu menegaskan bahwa seluruh data, informasi, maupun materi yang diberikan selama proses wawancara bersifat terbatas dan hanya boleh digunakan untuk kepentingan akademik. Apabila terjadi penyalahgunaan data, pelanggaran etika penelitian, atau pemanfaatan informasi di luar kepentingan penyusunan skripsi, maka pihak Ulik Coffee & Eatery berhak mengambil langkah tegas, termasuk pemberian sanksi, penarikan izin, hingga proses tuntutan sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan. Atas kerja sama dan perhatian yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Ulik Coffee & Eatery

()
Fachrurozi
Store Manager

CURRICULUM VITAE (CV)

SALSABILA APRITA UTAMI

+62 81218458656 | apritatasalsa@gmail.com | Kota Jakarta Selatan



PROFILE

Mahasiswa semester 6 Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations yang aktif dan memiliki minat besar dalam bidang komunikasi, sosial, dan lingkungan. Berpengalaman sebagai tim Sponsorship pada event kampus dan divisi acara pada kegiatan kampus *Table Manner*. Memiliki kemampuan komunikasi yang baik, mudah beradaptasi, mampu bekerja sama dalam tim, disiplin dalam mengelola waktu, Kreatif, mudah beradaptasi dengan hal baru dan siap berkontribusi di lingkungan kerja profesional.

PENDIDIKAN

| | |
|--|--------------------------------|
| Universitas MercuBuana – Jakarta Srata 1, Ilmu Komunikasi, Public Relations IPK : 3.62 | Agustus 2022 - sekarang |
| SMK Muhammadiyah 9 – Jakarta Jurusan Administrasi Perkantoran | 2019 - 2022 |

PENGALAMAN KERJA

| | |
|---|---------------------------------|
| Barista & kasir – 4AM Coffee | Juni 2022 – Agustus 2022 |
| <ul style="list-style-type: none">Menyajikan minuman dan memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan.Menangani transaksi penjualan dan operasional kasir dengan akurasi tinggi.Terbiasa bekerja di lingkungan cepat dan menjaga komunikasi efektif dengan tim maupun pelanggan. | |
| Key Opinion Leader (KOL) – Freelance Instagram & TikTok | 2024 - sekarang |
| <ul style="list-style-type: none">Bekerja sama dengan brand lokal untuk promosi produk melalui konten kreatif.Membangun engagement dan awareness di bidang beauty, lifestyle, dan komunikasi.Terampil dalam membuat konten yang informatif, menarik, dan sesuai target audiens. | |
| Owner – Bloomyies (Bisnis Bunga) | 2024 - sekarang |
| <ul style="list-style-type: none">Mendirikan dan mengelola bisnis bunga secara mandiri, mulai dari konsep brand hingga operasional harian.Bertanggung jawab atas pemasaran digital, desain rangkaian bunga, serta layanan pelanggan.Meningkatkan visibilitas bisnis melalui media sosial, kolaborasi, dan strategi komunikasi visual yang menarik.Mengasah keterampilan branding, manajemen usaha kecil, serta pelayanan publik. | |

PENGALAMAN ORGANISASI

| | |
|--|---------------------|
| Youth Wave Festival - Divisi Sponsorship | Oktober 2024 |
| <ul style="list-style-type: none">Bekerja sama dengan tim kreatif dan publikasi guna memastikan sponsor memperoleh eksposur maksimal melalui berbagai media promosi.Menjalin komunikasi yang profesional dengan mitra sponsor, termasuk dalam proses negosiasi mengenai hak dan benefit yang diberikan selama kegiatan berlangsung. | |

- Bekerja sama dengan tim kreatif dan publikasi guna memastikan sponsor memperoleh eksposur maksimal melalui berbagai media promosi.
- Menjalin komunikasi yang profesional dengan mitra sponsor, termasuk dalam proses negosiasi mengenai hak dan benefit yang diberikan selama kegiatan berlangsung.

RUBI AVOSKIN Community Batch 5 – Anggota Aktif

Februari 2023

- Berkontribusi aktif dalam program pengembangan diri yang berfokus pada peningkatan intelektual, integritas pribadi, serta pemberdayaan komunitas.
- Membuat dan membagikan konten digital kreatif terkait produk Avoskin, termasuk melakukan ulasan produk yang dipublikasikan secara konsisten melalui platform Instagram dan TikTok.
- Menjunjung tinggi sikap profesional dan etika positif dalam setiap proses pengembangan pribadi maupun kontribusi terhadap kegiatan sosial.

Anggota Komunitas – Beauty Channel.id

November 2024 - sekarang

- Aktif dalam komunitas content creator yang fokus pada dunia beauty, lifestyle, dan personal branding.
- Berpartisipasi dalam forum diskusi, sharing session, serta pertukaran informasi seputar brand, campaign, dan job opportunity berbayar.
- Terlibat dalam kolaborasi kampanye digital dan memperoleh insight terkait strategi komunikasi brand melalui media sosial.

Workshop Kuliah Peduli Negeri – Spesialis Media Sosial

Juni 2025

"Creative Copywriting for Marketing" | SMK Al-Hikmah, Jakarta Selatan

- Mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan acara.
- Mengambil dan mengelola dokumentasi foto serta video untuk keperluan publikasi.
- Membuat dan mendesain konten Instagram (feed & story) secara terstruktur dan menarik.
- Mengunggah konten secara real-time maupun terjadwal selama dan setelah acara berlangsung.
- Menyusun narasi rekap kegiatan serta mengedit video dokumentasi menjadi satu konten utuh untuk dipublikasikan.

Kegiatan Table Manner - Divisi Acara

Juli 2025

Universitas Mercubuana Jakarta | 2025

- Bertanggung jawab dalam penyusunan rundown acara dan koordinasi teknis pelaksanaan kegiatan.
- Mengatur alur acara dan memastikan setiap sesi berjalan sesuai waktu dan prosedur.
- Berkoordinasi dengan pembicara, peserta, serta tim dokumentasi dan publikasi.
- Menyusun kebutuhan logistik dan memastikan kelancaran acara dari awal hingga akhir.

KEMAMPUAN

Keterampilan Utama

- Manajemen Acara (Event Organizing)
- Komunikasi Interpersonal
- Problem Solving
- Kepemimpinan (Leadership)
- Kerja Tim (Teamwork)
- Adaptasi dan Inisiatif

Perangkat Lunak

- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Microsoft PowerPoint
- Google Workspace
- Media Sosial
- Gmail
- Zoom

Bahasa

- Indonesia (Fasih)
- English (Pemula)