



**CITRA KOPI BAJAWA DI KALANGAN HIJABERS  
(ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN CAFÉ KOPI  
BAJAWA KEMANG TAHUN 2024)**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Merlin Aprilia  
44220110033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Merlin Aprilia

NIM : 44220110033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : CITRA KOPI BAJAWA DI KALANGAN HIJABERS:  
ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DI CAFÉ  
KOPI BAJAWA KEMANG

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Januari 2025



Merlin Aprilia

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Merlin Aprilia

NIM : 44220110033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : CITRA KOPI BAJAWA DI KALANGAN HIJABERS:  
ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DI CAFÉ  
KOPI BAJAWA KEMANG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 :

Mochamad Taufiq Hidayat, S.Sos, M.IKom.  
NIDN : 8834360018

(  )

Ketua Penguji :

Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D  
NIDN : 0324128202

(  )

Penguji Ahli :

Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom  
NIDN : 0330019002

(  )

Jakarta, 25 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Merlin Aprilia

NIM : 44220110033

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : CITRA KOPI BAJAWA DI KALANGAN HIJABERS:  
ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DI CAFÉ  
KOPI BAJAWA KEMANG

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Januari 2025

Yang menyatakan,



Merlin Aprilia

## ABSTRAK

Nama : Merlin Aprilia

NIM : 44220110033

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : CITRA KOPI BAJAWA DI KALANGAN HIJABERS:  
ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DI CAFÉ  
KOPI BAJAWA KEMANG

Penelitian ini menganalisis citra Kopi Bajawa di kalangan hijabers di Kemang, Jakarta, dengan fokus pada citra merek dan atmosfer inklusif. Kemang sebagai pusat gaya hidup urban menjadi lokasi strategis untuk menarik pelanggan hijabers yang mengutamakan kualitas produk dan pengalaman sosial. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen untuk mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk citra merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan, suasana inklusif, fasilitas musala, dan desain interior yang mencerminkan budaya Nusa Tenggara Timur memperkuat daya tarik Kopi Bajawa. Pelayanan ramah dan komunikasi merek yang efektif melalui media sosial juga memperkuat citra positif kafe. Penelitian ini memberikan wawasan untuk meningkatkan citra merek dan loyalitas pelanggan. Secara akademis, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam pengaruh budaya dalam persepsi konsumen hijabers terhadap produk lokal. Secara praktis, Kopi Bajawa Kemang disarankan untuk meningkatkan fasilitas hijabers dan pelatihan staf agar lebih sensitif terhadap kebutuhan pelanggan, serta memperkuat komunikasi merek melalui media sosial.

**Kata kunci :** Citra Merek, Hijabers, Strategi Komunikasi PR, Pengalaman, Citra kopi

## ABSTRACT

Nama : Merlin Aprilia

NIM : 44220110033

Program Studi : Public Relations

*Judul Laporan Skripsi : THE IMAGE OF KOPI BAJAWA AMONG HIJABERS: AN ANALYSIS OF THE CUSTOMER EXPERIENCE AT CAFÉ KOPI BAJAWA KEMANG*

*This study analyzes the image of Kopi Bajawa among hijabers in Kemang, Jakarta, focusing on brand image and an inclusive atmosphere. As an urban lifestyle hub, Kemang is a strategic location for attracting hijaber customers who prioritize product quality and social experiences. Using a qualitative approach, this study employs in-depth interviews, observation, and document analysis to identify factors shaping the brand image. The results show that comfort, an inclusive atmosphere, prayer facilities, and interior design reflecting the culture of East Nusa Tenggara enhance Kopi Bajawa's appeal. Friendly service and effective brand communication through social media further strengthen the café's positive image. This research offers insights for PR strategies to enhance brand image and customer loyalty. Academically, it is recommended to further explore the influence of culture on hijaber consumers' perceptions of local products. Practically, Kopi Bajawa Kemang is advised to improve hijaber-friendly facilities and staff training to be more sensitive to customer needs, as well as strengthen brand communication via social media.*

**Keywords:** Brand Image, Hijabers, PR Communication Strategies, Experience, Coffee image



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir skripsi yang berjudul “*Citra Kopi Bajawa di Kalangan Hijabers: Analisis Pengalaman Pelanggan di Café Kopi Bajawa Kemang*”.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi jenjang sarjana. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap kajian pemasaran, khususnya terkait citra merek dan perilaku konsumen pada segmen tertentu, yaitu hijabers. Dalam penelitian ini, penulis berusaha menggali pengalaman pelanggan untuk memahami bagaimana citra Kopi Bajawa terbentuk di kalangan konsumen tersebut.

Terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada peneliti selama proses pengerjaan Proposal Tugas Akhir ini, sehingga peneliti dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini.
2. Ketua Sidang Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D dan Penguji Ahli Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom yang telah memberikan banyak masukan berharga untuk skripsi ini
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah M.IKom selaku Sekretaris Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan dan seluruh staf yang selalu melayani segala kebutuhan administrasi selama proses penelitian ini.
8. Terima kasih kepada kedua orang tua saya
9. Terima kasih kepada orang terkasih saya

Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan penelitian ini ke depannya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan studi konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi berbagai pihak, seperti pelaku usaha di bidang kuliner, khususnya kedai kopi, dalam memahami pentingnya membangun citra merek yang positif di kalangan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para akademisi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait topik yang sama. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, 25 Januari 2025

Merlin Aprilia





## DAFTAR ISI

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                            | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>                         | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                       | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>                              | <b>iv</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                  | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                 | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                            | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                         | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                   | 1          |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                                            | 10         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                            | 10         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                          | 11         |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                                          | 11         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                           | 12         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                   | <b>13</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                         | 13         |
| 2.2. Kajian Teoritis .....                                            | 19         |
| 2.2.1 Public Relations .....                                          | 19         |
| 2.2.2. Hubungan dengan Pelanggan/Konsumen Stakeholder Eksternal ..... | 21         |
| 2.2.3. Citra Merek .....                                              | 24         |
| 2.2.4. Faktor Pembentuk Citra Merek.....                              | 26         |
| 2.2.5. Persepsi .....                                                 | 28         |
| 2.2.6. Media Komunikasi Pembentuk Citra .....                         | 30         |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                            | <b>32</b>  |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                                         | 32         |
| 3.2 Metode Penelitian.....                                            | 33         |
| 3.3 Subjek Penelitian.....                                            | 35         |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 39         |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                        | 42         |

|                                                                                   |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....                                       | 44         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>                                               | <b>46</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                          | 46         |
| 4.1.1 Profil Kopi Bajawa Kemang .....                                             | 46         |
| 4.1.2 Cafe Kopi Bajawa Kemang.....                                                | 49         |
| 4.1.3. Pelanggan Hijabers.....                                                    | 53         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                        | 54         |
| 4.2.1 Minat Hijabers Terhadap Kopi Bajawa Kemang .....                            | 54         |
| 4.2.2 Kenyamanan dan Fasilitas Kopi Bajawa Kemang Pada Kalangan<br>Hijabers ..... | 60         |
| 4.2.3 Persepsi Hijabers terhadap Budaya NTT di Kopi Bajawa Kemang.....            | 65         |
| 4.2.4 Citra Positif Kopi Bajawa di Kalangan Hijabers .....                        | 69         |
| 4.2.5 Citra Positif Kopi Bajawa di Kalangan Non-Hijab.....                        | 73         |
| 4.3 Pembahasan.....                                                               | 78         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                        | <b>86</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                              | 86         |
| 5.1 Saran.....                                                                    | 88         |
| 5.1.1 Saran Akademis.....                                                         | 88         |
| 5.1.2 Saran Praktis .....                                                         | 88         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                        | <b>90</b>  |
| <b>LAMPIRAN 1.....</b>                                                            | <b>102</b> |
| <b>LAMPIRAN 2.....</b>                                                            | <b>109</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 1.1 Tangkapan Layar Sebaran Kafe di Kemang.....</b> | <b>11</b> |
| <b>Gambar 1.2 Berita Hijabers di Kafe Bajawa .....</b>        | <b>13</b> |
| <b>Gambar 4.1 Foto Kopi Bajawa .....</b>                      | <b>51</b> |
| <b>Gambar 4.2 Eksterior Café Kopi Bajawa Kemang .....</b>     | <b>54</b> |
| <b>Gambar 4.3 Interior Café Kopi Bajawa Kemang .....</b>      | <b>55</b> |
| <b>Gambar 4.4 Menu Kopi Bajawa menu .....</b>                 | <b>56</b> |
| <b>Gambar 4.5 Suasana Kopi Bajawa Kemang .....</b>            | <b>57</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>                       | <b>21</b> |
| <b>Tabel 2 Daftar Informan.....</b>                                  | <b>40</b> |
| <b>Tabel 3 Deskriptif Temuan Minat Pelanggan .....</b>               | <b>63</b> |
| <b>Tabel 4 Deskriptif Temuan Persepsi Fasilitas.....</b>             | <b>68</b> |
| <b>Tabel 5 Deskriptif Temuan Persepsi Hijabers .....</b>             | <b>72</b> |
| <b>Tabel 6 Deskriptif Temuan Citra di Kalangan Hijabers .....</b>    | <b>77</b> |
| <b>Tabel 7 Deskriptif Temuan Citra di Kalangan Non-Hijabers.....</b> | <b>81</b> |

