

ABSTRAK

R. Yulian Arya Pratama Putra Soepatmo. Program Studi Ilmu Komunikasi. Digital Branding “Edukopi” (Analisis Kebudayaan dan Kearifan Lokal di Instagram @kopi.kelud. H. Ahmad Cholil.M.Si.,Ph.D. Universitas Trunojoyo Madura. (2024)

Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat modern berupa penggunaan media sosial. media sosial saat ini komunikasi berlangsung dua arah, dimana awalnya one many audience menjadi many to many *audience*. kopi kelud membuat konten yang memicu feedback dari masyarakat. Beragam konten yang dibuat @kopi.kelud dan diunggah di reels, stories maupun feed sebagai bentuk penyebar luasan informasi penawaran produk kepada konsumen. Jenis penelitiannya berupa paradigma post – positivisme. Subjek penelitian ini konten yang terkait dengan Digital Branding “Edukopi”. Objek penelitian adalah analisis Kebudayaan dan Kearifan Lokal dalam konten Instagram Kopi Kelud. teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Lokasinya di Kopi Kelud di Jl. Kelud No.7 Mlajah. 3 strategi yaitu *Brand Identity* adalah melakukan kegiatan yang bermanfaat, keistimewaan dari Kopi Kelud memiliki nuansa hijau dan sejuk, kopi botol dengan berbagai rasa yang menjadikan pelopor kopi botol pertama di Bangkalan. *Brand Positioning* adalah penilaian konsumen karena mempercayai sistem *delivery order*. *Brand Personality* adalah #SiniNgopi #BagiRasaBagiCerita tagline tersebut memberikan pesan terhadap konsumen mengundang ketertarikan untuk ngopi di Kopi Kelud. Kopi kelud berusaha meningkatkan brand awerness, digital branding, dan pendapatan bulanan di kopi Kelud. Postingan Kopi Kelud ini menjadikan digital branding sendiri karena memiliki keunikan tersendiri dalam semua postingannya, dan cara promosi yang berbeda daripada kedai kopi yang lain, sehingga mampu menjadikan Kopi Kelud sebagai tempat alternative space, serta mampu meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Digital Branding, Kopi Kelud, Kearifan Lokal, Media Sosial, dan Kearifan lokal.

ABSTRACT

R. Yulian Arya Pratama Putra Soepatmo. *Communication Science Study Program. Digital Branding “Edukopi” (Analysis of Local Culture and Wisdom on Instagram @kopi.kelud*. H. Ahmad Cholil.M.Si.,Ph.D. University Of Trunojoyo Madura. (2024)

Technological developments have an influence on the lifestyle of modern society in the form of the use of social media. Coffee kelud creates content that triggers feedback from the community. Various content created by @kopi.kelud and uploaded in reels, stories and feeds as a form of widespread dissemination of product offer information to consumers. His kind of research is a post-positivist paradigm. The subject of this research is content related to Digital Branding “Edukopi”. The object of the research is the analysis of Local Culture and Intelligence in the content of Instagram Coffee Kelud. Data collection techniques include observations, interviews and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. It's located in Coffee Kelud at Kelud No.7 Mlajah. Three strategies, namely Brand Identity, are conducting a profitable activity, the privilege of Kelud Coffee has a green and cold tint, bottled coffee with a variety of flavors that make the pioneer of the first bottle of coffee in Bangkalan. Brand Positioning is an assessment of consumers because they trust the delivery order system. Brand Personality is #SiniNgopi #BagiRasaBagi. The tagline gives a message to consumers inviting an interest in coffee in Kelud. Coffee Kelud strives to increase brand awerness, digital branding, and monthly revenue in Coffee kelud. This Coffe Kelud posting makes its own Digital branding because it has its own uniqueness in all its posts, and a way of promotion that is different from other coffee shops, so it can make Coffe kelud an alternative space, as well as able to increase sales.

Keywords: Digital Branding, Coffee Kelud, Local Intelligence, Social Media, and Local Intelligences.