



**STRATEGI *BRANDING* PRODUK LOKAL “BIR
PLETOK” SEBAGAI IDENTITAS BUDAYA BETAWI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Diah Ayu Pramudita

41182037200040

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI
(2024 M/ 1445 H)**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi saya ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 05 Juli 2024



Diah Ayu Pranudita

41182037200040

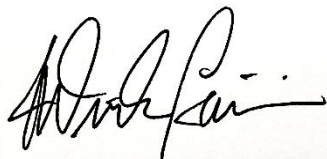
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Branding* Produk Lokal Bir Pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi
Nama : Diah Ayu Pramudita
NPM : 41182037200040
Konsentrasi : Jurnalistik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 29 Mei 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui
Dosen Pembimbing



Siti Khadijah, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2011.004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

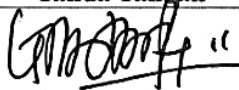
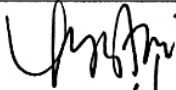
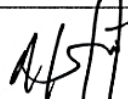
Skripsi yang berjudul “Strategi *Branding* Produk Lokal Bir Pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi” telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada :

Hari : Kamis
 Tanggal : 06 Juni 2024
 Waktu : 09.00 – 10.00 WIB

Oleh

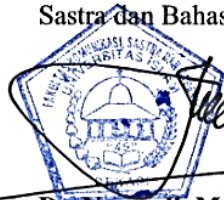
Nama : Diah Ayu Pramudita
 NPM : 41182037200040
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Tatik Yuniarti, M. I. Kom.	
Penguji I	Tin Hartini, M. Si.	
Penguji II	Siti Khadijah, M. Si.	

Bekasi, 05 Juli 2024

Mengesahkan
 Dekan Fakultas Komunikasi,
 Sastra dan Bahasa



Dr. Nuryadi. M. Hum
 NRP. 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui
 Ketua Program Studi
 Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, M. Si
 NRP. 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2024

Diah Ayu Pramudita/ 41182037200040

Strategi *Branding* Produk Lokal Bir Pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi

Di bawah bimbingan Ibu Siti Khadijah

(110 halaman + XV halaman), (1 tabel), (27 gambar), (9 lampiran).

Strategi *branding* memiliki peran penting dalam memposisikan produk lokal seperti Bir Pletok di pasar yang didominasi merek global. Dalam upaya untuk meningkatkan daya saing dan memperkenalkan Bir Pletok kepada masyarakat secara luas, produk lokal seperti Bir Pletok harus mampu menonjolkan keunikan dan nilai budaya yang melekat untuk dapat bersaing. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *branding* produk lokal Bir Pletok sebagai identitas budaya Betawi di tengah merek global dengan menggunakan teori strategi *branding* yang terdiri dari *brand positioning*, *brand identity*, *brand personality*, dan *brand communication*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya strategi *branding* yang dilakukan oleh kedua pelaku usaha Bir Pletok dengan merek Bang Doel dan Bir Pletok The Natura, belum sepenuhnya berhasil. Meskipun telah dilakukan berbagai strategi seperti pemasaran melalui media sosial, acara *podcast*, dan bazar UMKM, namun masih terdapat kendala dalam konsistensi dan efektivitas komunikasi merek.

Kata Kunci : Bir Pletok, Budaya, Budaya Betawi, Identitas, dan Strategi *Branding*

ABSTRACT

*Islamic University 45 Bekasi
Communication Science Study Program
Faculty of Communication, Literature and Languages
2024*

Diah Ayu Pramudita/ 41182037200040

Branding Strategy for Local Products Bir Pletok as a Betawi Cultural Identity

Under the guidance of Mrs. Siti Khadijah

(110 pages + XV pages), (1 table), (27 images), (9 attachments).

Branding strategy has an important role in positioning local products such as Beer Pletok in a market dominated by global brands. In an effort to increase competitiveness and introduce Bir Pletok to the wider community, local products such as Bir Pletok must be able to highlight their uniqueness and inherent cultural values to be able to compete. Therefore, this research aims to determine the branding strategy for the local product Bir Pletok as a Betawi cultural identity amidst global brands using branding strategy theory consisting of brand positioning, brand identity, brand personality and brand communication. The research method used is qualitative with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The research results show that the branding strategy efforts carried out by the two Bir Pletok businesses with the Bang Doel and Bir Pletok The Natura brands have not been completely successful. Even though various strategies have been implemented, such as marketing via social media, podcast events and MSME bazaars, there are still obstacles in the consistency and effectiveness of brand communication.

Keywords: Pletok Beer, Culture, Betawi Cultural, Identity, and Branding Strategy

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, rahmat, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Strategi *Branding* Produk Lokal Bir Pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi”

Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan arahan dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai batas waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Universitas Islam 45 Bekasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa sebagai tempat mencari ilmu dan meningkatkan kemampuan peneliti pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik.
2. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Siti Khadijah, M.Si., selaku Dosen pembimbing yang telah mendedikasikan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan, saran, serta dukungan yang membangun selama proses penulisan skripsi.
5. Kedua orang tua peneliti, atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
6. Dr. Andi Sopandi, M.Si., selaku Sejarawan Bekasi yang telah membantu peneliti untuk mendapatkan informasi penelitian pada skripsi ini.
7. Ibu Wulan, Ibu Wati dan Bapak Sriyono, selaku Pelaku Usaha UMKM Bir Pletok yang juga turut membantu peneliti dalam mendapatkan informasi penelitian pada skripsi ini.

8. Kepada diri peneliti sendiri yang telah gigih meskipun menghadapi banyak kendala dalam menyelesaikan tugas kuliahnya.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bekasi, 29 Mei 2024

Peneliti



Diah Ayu Pramudita

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Produk Lokal Kripik Singkong VIEA Melalui <i>E-Communication</i> ...11	
2.1.2 Strategi <i>Branding</i> Kopi Sekanak “Kopi Para Raja”	12
2.1.3 Strategi Membangun <i>Branding</i> Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.....	12
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	13
2.3 Kerangka Teori	16
2.3.1 <i>Branding</i>	16
2.3.2 Unsur - Unsur <i>Branding</i>	16
2.3.3 Fungsi <i>Branding</i>	17
2.3.4 Kategori <i>Branding</i>	18
2.3.5 Strategi <i>Branding</i>	20

2.3.6	Komponen Strategi <i>Branding</i>	20
2.3.7	Budaya.....	22
2.3.8	Identitas Budaya.....	24
2.3.9	Budaya Betawi	26
2.3.10	Kuliner Sebagai Identitas Budaya.....	28
2.3.11	Bir Pletok	30
2.4	Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Unit Analisis	34
3.2.1	<i>Key Informan</i>	35
3.2.2	Informan.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1	Data Primer	38
3.3.2	Data Sekunder	39
3.4	Definisi Konseptual.....	40
3.5	Teknik Analisis Data.....	41
3.6	Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Lokasi Penelitian.....	45
4.1.2	Sejarah Bir Pletok	47
4.1.3	Profil Bir Pletok Bang Doel	50
4.1.4	Profil Bir Pletok The Natura	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Identitas Budaya Betawi Dalam <i>Brand Identity</i> Bir Pletok	53
4.2.2	Langkah Strategi <i>Branding</i> yang dilakukan oleh Bir Pletok Bang Doel dan Bir Pletok The Natura.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....		107

LAMPIRAN.....111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	13
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Bir Pletok The Natura Milik Sriyono.....	1
Gambar 1.2 Produk Minuman Chatime.....	4
Gambar 1.3 Produk Bir Pletok The Natura Milik Sriyono.....	6
Gambar 1.4 Pameran Produk Bir Pletok Rosha Batavia Milik Ernawati di Grand Indonesia.....	7
Gambar 1.5 Produk Bir Pletok Rosha Batavia Milik Ernawati.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Peta Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.....	45
Gambar 4.2 Bir Pletok.....	48
Gambar 4.3 Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan.....	50
Gambar 4.4 Bir Pletok The Natura Milik Sriyono.....	51
Gambar 4.5 Bir Pletok Mak Wati.....	55
Gambar 4.6 Bir Pletok Mak Wati Dalam Acara Pernikahan di Wulan Sari.....	58
Gambar 4.7 Bir Pletok Mak Wati Sebagai Hantaran Pernikahan.....	59
Gambar 4.8 Desain Produk Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan.....	69
Gambar 4.9 Desain Produk Bir Pletok The Natura Milik Sriyono.....	77
Gambar 4.10 Kostum Sriyono Saat Pameran UMKM.....	79
Gambar 4.11 Acara <i>Podcast</i> Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di BRTV dan di Gado-gado Boplo.....	88
Gambar 4.12 Komentar Masyarakat Terhadap Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di BRTV dan di Gado-gado Boplo.....	89
Gambar 4.13 Media Sosial <i>Instagram</i> Bang Doel Milik Ibu Wulan.....	91
Gambar 4.14 Unggahan Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di <i>Instagram</i>	92
Gambar 4.15 Testimoni Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan yang di Unggah di <i>Instagram</i>	93
Gambar 4.16 Unggahan Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di <i>Instagram</i>	94
Gambar 4.17 Pameran Bazar UMKM Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di Gedung Graha pariwisata Kab. Bekasi.....	96
Gambar 4.18 Pendidikan Membuat Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di SDN Tambun 04 Kab. Bekasi.....	97

Gambar 4.19 Lomba <i>Start Up Competition</i> 2023 Bir Pletok Bang Doel Milik Ibu Wulan di Gedung Graha Pariwisata Kab. Bekasi.....	99
Gambar 4.20 Pameran Bazar UMKM Bir Pletok The Natura Milik Sriyono di Kecamatan Setu.....	100
Gambar 4.21 Pemasaran Melalui <i>WhatsApp</i> Bir Pletok The Natura Milik Sriyono.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	111
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	113
Lampiran 3 Lembar Catatan Bimbingan.....	114
Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin.....	118
Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan <i>Key Informan</i>	119
Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Informan 1.....	128
Lampiran 7 Hasil Wawancara dengan Informan 2.....	134
Lampiran 8 Hasil Wawancara dengan Informan 3.....	141
Lampiran 9 Hasil Wawancara dengan Informan 4.....	146

SCAN BUKTI BEBAS PLAGIARISME

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

17 %	17 %	4 %	6 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet Source	2 %
2	journal.univetbantara.ac.id Internet Source	2 %
3	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1 %
4	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1 %
5	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
6	visitpare.com Internet Source	<1 %
7	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	<1 %
8	berita.depok.go.id Internet Source	<1 %
9	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %