



Sekolah Tinggi
Teknologi
Informasi NIIT

I-Tech



PERAN

**WEBSITE
PROFILE**

**SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DI COFFEE SHOP**

Rakha Sangkara Aryaputra
Kenneth Ray Vici Lengkong
Yehezkiel Matawari Manik
Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom.



PERAN **WEBSITE PROFILE**

SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI COFFEE SHOP

Seiring pesatnya pertumbuhan teknologi khususnya website di dunia terdapat perubahan pola kehidupan dapat dilihat dari fasilitas - fasilitas yang memudahkan aktivitas maupun kegiatan manusia. Salah satunya pada bisnis Coffee shop kini menjadi salah satu gaya hidup yang banyak di gandrungi oleh masyarakat kebanyakan terutama untuk para anak muda yang terbiasa untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dengan cara mengunjungi atau sekedar santai di Coffee shop. Membangun kepercayaan baik kepada pengunjung ataupun calon investor coffeshop yakni dengan membuat sebuah website profile yang diperuntukan untuk memperkenalkan Coffee shop kepada para pengunjungnya. Dengan kehadiran website menjadikannya sebagai sebuah cerita yang dapat di akses melalui jejaring internet. Tentunya kehadiran website akan sangat menunjang kegiatan bisnis Coffee shop yang dahulu promosi yang bersifat konvensional sekarang menjadi lebih tertara dengan adanya website.

PERAN WEBSITE PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI COFFEE SHOP

Rakha Sangkara Aryaputra
Kenneth Ray Vici Lengkong
Yehezkiel Matawari Manik
Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

PERAN WEBSITE PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI COFFEE SHOP

Penulis : Rakha Sangkara Aryaputra
Kenneth Ray Vici Lengkong
Yehezkiel Matawari Manik
Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Salma Fathina Hanin

ISBN : 978-623-120-027-3

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,
DESEMBER 2023
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021**

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan
Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2023

**Eureka Media Aksara bekerjasama dengan
Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT**

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian
atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan
dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam,
atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin
tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini yang diberinjudul **Peran Website Profile sebagai Media Promosi di Coffee Shop** dapat terselesaikan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Penulis menyadari tanpa bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak sangatlah sulit untuk menyelesaikan karya ini, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini.

Seiring pesatnya pertumbuhan teknologi khususnya website di dunia terdapat perubahan pola kehidupan dapat dilihat dari fasilitas - fasilitas yang memudahkan aktivitas maupun kegiatan manusia. Salah satunya pada bisnis Coffee shop kini menjadi salah satu gaya hidup yang banyak di gandrungi oleh masyarakat kebanyakan terutama untuk para anak muda yang terbiasa untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dengan cara mengunjungi atau sekadar santai di Coffee shop. Membangun kepercayaan baik kepada pengunjung ataupun calon investor coffeshop yakni dengan membuat sebuah website profile yang diperuntukan untuk memperkenalkan Coffee shop kepada para pengunjungnya. Dengan kehadiran website menjadikannya sebagai sebuah cerita yang dapat di akses melalui jejaring internet. Tentunya kehadiran website akan sangat menunjang kegiatan bisnis Coffee shop yang dahulu promosi yang bersifat konvensional sekarang menjadi lebih tertara dengan adanya website.

Penulis menyadari yakni buku ini dapat dikatakan masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mengucapkan banyak terimakasih terkait bantuan maupun kebaikan yang telah diberikan dalam penyusunan buku ini dan juga menerima kritik dan saran dari pembaca untuk kesempurnaan buku ini.

Jakarta, 6 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Definisi Coffee Shop	3
B. Fungsi Coffee Shop	4
C. Jenis Kopi yang Populer di Coffee shop.....	7
D. Manfaat Kopi	14
E. Pengertian Media	15
F. Pengertian Promosi.....	16
G. Pengertian Media Promosi.....	18
BAB 2 COFFEE SHOP	23
A. Fasilitas Coffee Shop	25
B. Visi Coffee Shop	27
C. Misi Coffee Shop	27
D. Logo Coffee Shop	28
E. Menu.....	29
BAB 3 STRATEGI PROMOSI.....	34
A. Strategi Kreatif.....	35
B. Strategi Media.....	36
BAB 4 PERANCANGAN	37
A. Implementasi pada Website	38
B. Implementasi Media Promosi Website.....	39
BAB 5 PENUTUP.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
TENTANG PENULIS	51



**PERAN WEBSITE PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI
COFFEE SHOP**

Rakha Sangkara Aryaputra

Kenneth Ray Vici Lengkong

Yehezkiel Matawari Manik

Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom.



BAB

1

PENDAHULUAN

Coffeshop kini menjadi salah satu gaya hidup yang banyak di gandrungi oleh masyarakat kebanyakan terutama untuk para anak muda yang terbiasa untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dengan cara mengunjungi atau sekadar santai di coffeshop. Terlebih di era sekarang mengunjungi atau sekadar bersantai coffeshop merupakan suatu keharusan untuk menunjang gaya hidup anak muda.

Anak muda gemar mengunjungi coffeshop bahkan tak sedikit anak muda yang mengerjakan tugas atau melakukan pekerjaan di Coffeshop. Hal itu menjadi yang lumrah dan banyak ditemukan di berbagai daerah dikota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota - kota lainnya. Terlebih untuk menunjang kegemaran dan aktifitas lainnya di ketika berkunjung ke coffeshop ini pun para owner atau pemilik coffeshop banyak melakukan inovasi - inovasi untuk menunjang kebetuhan tersebut. Tentunya hal itu untuk menunjang kenyamanan para pengunjung seperti menyediakan berbagai macam fasilitas seperti AC, wifi, *Charging*, *no smoking area* dan

BAB 2

COFFEE SHOP

Kedai kopi merupakan sering sekali menikmati sekaligus memulai aktifitas hariannya dengan secangkir kopi. Hal itu dilakukan karena dapat membantu serta meningkatkan motivasi dan semangatnya dalam menjalani hari.

Hal tersebutlah yang membuat alwasih untuk membuka usaha coffeeshop sendiri. Alwasih yang masih melakukan studi atau masih duduk dibangku perkuliahan sering sekali mengunjungi coffee shop milik temannya semasa SMA dulu. Selama proses itu Alwasih selalu memperhatikan bagaimana cara membuat kopi yang dimulai dari teknik - teknik dasar seperti cara menyeduh kopi, mengukur tingkat kematangan dan proses lainnya yang berkaitan dengan pembuatan kopi.

Setelah belajar cukup lama dan dirasa mempunyai ilmu untuk bisa membuka usaha sendiri akhirnya Alwasih berniat membuka usaha coffee shop. Usaha coffee shop terbilang untuk semua kalangan dan semua umur. Dengan menawarkan konsep yang santai dan nyaman maka lahirlah coffee shop yang bernama "Griyacoffee100".

BAB

3

STRATEGI PROMOSI

Strategi adalah sebuah pendekatan yang dimana biasanya berkaitan dengan pelaksanaan suatu gagasan, perencanaan dan juga pelaksanaan aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Kata strategi sendiri berasal dari kata *stratgos* yang memiliki arti yaitu militer dan *Ag* berarti pemimpin. Awalnya Strategi hanya digunakan duani kemiliteran yang biasanya digunakan oleh para jendral untuk membuat sebuah rencan untuk dapat menaklukan musuh pada masa peperangan.

Menurut Kasino, et. al. (2019) Strategi merupakan alat yang digunakan oleh suatu perusahaan atau suatu organisasi yang dimana hal itu digunakan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan oleh persuhaan yang digunakan untuk menghadapi para pesaingnya.

Sedangkan Promosi adalah suatu jenis komunikasi yang memberikan sebuah penjelasan yang dimana hal itu untuk menyakinkan untuk calon konsumen tentang barang dan jasa yang ditawarkan supaya mendapatkan perhatian, mengingatkan dan menyakinkan konsumen untuk membeli atau memakai barang atau jasa tersebut. Menurut Zimmere (2002) promosi adalah segala macam

BAB

4

PERANCANGAN

Pada sebuah tahap implementasi penggunaan profile website untuk sebuah website terbilang memiliki beberapa fungsi yang terbilang penting. Hal ini dikarenakan informasi - informasi yang termuat dalam sosial media tidak bisa diakses dengan mudah terutama di Instagram yang dimana pastinya setiap hari perusahaan memiliki konten - konten terbaru yang dimana hal itu membuat konten tentang informasi penting tentang perusahaan seperti sejarah beridirinya, lalu ada visi misi perusahaan maka hal itu akan jauh tenggelam dalam postingan sosial media terbaru.

Mala dari itu penting bagi sebuah perusahaan untuk membuat sebuah company profile untuk memberikan informasi yang jelas kepada calon costumernya atau calon penaggannya. Hal ini juga berlaku bagi Griyacoffee100 untuk mengimplementasikan company profile pada sebuah website. Tak hanya itu saja hal ini juga bisa menjadi sebuah ajang promosi dan testimoni untuk bisa menarik pelanggan.

Banyak fungsi - fungsi penting untuk company profile yang dimana hal itu bsai ditampilkan dalam sebuah website. Informasi - informasi itu mencangkup identitas

BAB 5

PENUTUP

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul **“Peran Website Profile sebagai Media Promosi di Coffee Shop”** dengan kesabaran. Dalam penyusunan buku ini, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan.

Terbitnya buku ini yang berjudul **“Peran Website Profile Sebagai Media Promosi Di Coffee Shop”**, penulis berharap memberikan manfaat setelah membaca buku ini serta semakin bertambahnya wawasan setelah membaca buku ini serta penulisi memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan kata dan kalimat yang keliru, tidak jelas, dan sulit dimengerti.

Dan kami juga sangat berharap kepada pembaca setelah membaca buku ini akan bertambah ilmu maupun motivasinya. Sekian penutup dari kami semoga berkenan dihati dan kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. B., (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabet, Bandung, 2006.
- Armodjo, M., (2005). *Restoran Dan Segala Permasalahannya*, Andi Gamal, Yogyakarta, 2005.
- Dina. I., (2011). *Ragam Alat Bantu Media Pengajaran*, PT. Diva Press, Jakarta , 2011.
- Ennis. D., (2014). *The effect of Caffein in health: The benefits Outweight the Risk* , Academic Journal, 2014.
- Pandu. A.C., (2020). *Gerai kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru* ,Universitas Presiden, Bekasi, 2020.
- <https://www.nescafe.com/id/artikel/jenis-dan-karakter-kopi-nusantara>
- <https://superlive.id/index.php/superadventure/tips/manfaat-menjanjikan-dari-website-bagi-bisnis-coffee-shop>

TENTANG PENULIS

Penulis 1

(Rakha Sangkara Aryaputra)



Penulis yang bernama **Rakha Sangkara Aryaputra** adalah laki-laki kelahiran Tangerang pada tanggal 04 Juni 1999 merupakan anak tunggal. Menghabiskan masa kecil di kota Jakarta Selatan, tinggal bersama orang tua hingga saat ini.

Riwayat pendidikan dimulai dari SDN Pondok Labu 01 (2005-2011), SMP Bakti Idhata Kota Jakarta (2012-2014), SMK Bakti Idhata (2015-2017), dan Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT Jakarta (2019-Sekarang).

Setelah menyelesaikan pendidikan wajib saya langsung melanjutkan berkuliah di Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT Program Studi Sistem Informasi tahun 2019. Diwaktu luang saya selama kuliah, saya sering mencari pekerjaan yang dapat saya tambahkan dengan pengetahuan dan pengalaman saya.

Penulis 2

(Yehezkiel Matawari Manik)



Yehezkiel Matawari Manik adalah laki-laki yang lahir di Jakarta, tanggal 25 Desember 2000 dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dan tinggal bersama orang tua sampai saat ini.

Riwayat Pendidikan dimulai dari SDN

09 Pagi (tahun 2006), SMPN 152 Jakarta (tahun 2012), SMAN 15 Jakarta (tahun 2016), CCIT-FTUI (Tahun 2019) dan STTI-NIIT (2022)

Setelah saya mengikuti Pendidikan wajib (SD-SMA), saya masuk ke CCIT-FTUI program studi Web Development pada tahun 2019, kemudian masuk ke STTI-NIIT jurusan Multimedia pada tahun 2022. Disaat saya mengikuti masa perkuliahan, saya sambil mencari cari pengalaman pekerjaan dalam bidang Digital Marketing, dan Programming agar dapat menambah wawasan saya untuk di dunia pekerjaan nanti.

Penulis 3

(Kenneth Ray Vici Lengkong)



Kenneth Ray Vici Lengkong adalah laki laki yang lahir di Jakarta, tanggal 26 Oktober 2001 dan merupakan anak terakhir dari dua bersaudara, dan tinggal Bersama orang tua sampai sekolah menengah kejuruan.

Riwayat Pendidikan dimulai dari SD Perguruan Advent Ciracas (tahun 2006), SMP PGRI 12 Jakarta (tahun 2012), SMKN 28 Jakarta (tahun 2016) dan STTI NIIT I Tech (Tahun 2019).

Setelah saya mengikuti Pendidikan wajib (SD-SMK), saya masuk ke Sekolah tinggi Teknologi Informasi NIIT program studi Sistem Informasi, Multimedia pada tahun 2019. Disaat saya mengikuti masa perkuliahan, saya sambil mencari cari pengalaman pekerjaan dalam bidang Video Editor, dan Programming agar dapat menambah wawasan saya untuk di dunia pekerjaan nanti.

Penulis 4

(Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom.)



Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom., lahir di Padang pada tanggal 28 Agustus 1976 yang merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara dan menamatkan sekolahnya sampai tingkat menengah atas di Padang, Sumatera Barat. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan tinggi di

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Swadharma Jakarta, dan penulis berhasil meraih gelar sarjana S1 pada Program Studi Sistem Informasi pada Tahun 2003. Setelah menamatkan kuliah penulis mengabdikan diri menjadi pengajar pada almamater beliau. Pada tahun 2008 penulis diangkat sebagai Dosen Tetap pada Sekolah Tinggi Teknologi Infomasi NIIT Jakarta. Tidak lama kemudian penulis melanjutkan Studinya di Program Magister Komputer (S2) di Sekolah Tinggi Manajemen dan Informatika Komputer ERESHA Jakarta dan berhasil menyelesaikan S2 pada Tahun 2012. Selain itu penulis juga pernah menjadi pengajar pada beberapa Perguruan Tinggi di Jakarta diantaranya Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta (POLIMEDIA), Universitas Krisna Dwipayana Jakarta (UNKRISNA), Sekolah Tinggi Desain Interstudi, serta pernah menjadi Dosen Tamu pada Politeknik Negeri Semarang (POLINES). Selain menjadi Dosen penulis juga aktif memberikan pelatihan pada Instansi pemerintah baik Sipil maupun Militer. Penulis juga pernah menjadi pembicara dalam sebuah workshop yang diselenggarakan oleh Kementrian Hukum Dan Hak Azazi Manusia. Saat

ini penulis aktif terdaftar sebagai Asesor Uji Kompetensi Badan Nasional Sertifikasi Profesi sejak tahun 2013.