

**ANALISIS STRATEGI BRANDING WARUNG KOPI GRIYA REYOG
TUA DALAM PELESTARIAN BUDAYA REYOG PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

A.S. AYYUB AL-MADANI

22241050

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

ANALISIS STRATEGI BRANDING WARUNG KOPI GRIYA REYOG TUA
DALAM PELESTARIAN BUDAYA REYOG PONOROGO

SKRIPSI

Digunakan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir Dan

Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial Dan

Ilmu Politik di Program Studi

Ilmu Komunikasi



Oleh :

A.S. AYYUB AL-MADANI

22241050

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

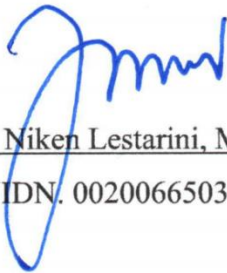
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh A.S. Ayyub Al-Madani / 22241050 ini, telah diperiksa dan disetujui
untuk diuji

Ponorogo, 24 April 2026

DOSEN PEMBIMBING I



Dra. Niken Lestari, M. Si

NIDN. 0020066503

DOSEN PEMBIMBING II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh A.S.Ayyub Al-Madani/22241050 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji.

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 06 Mei 2026

Pukul : 09.30 Wib

DEWAN PENGUJI

PENGUJI I



Dr. Krisna Megantari, M.A.

NIDN. 0724048604

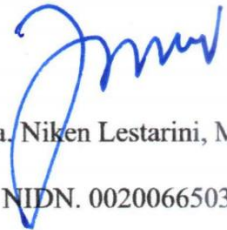
PENGUJI II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

PENGUJI III



Dra. Niken Lestarini, M.Si

NIDN. 0020066503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : A.S. Ayyub Al-Madani

Alamat : Desa Demangan, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo

NIM : 22241050

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

**Analisis Strategi Branding Warung Kopi Griya Reyog Tua Dalam Pelestarian
Budaya Reyog Ponorogo**

adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 24 April 2026

Yang menyatakan,



A.S. Ayyub Al-Madani

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis penjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Branding Warung Kopi Griya Reyog Tua Dalam Pelestarian Budaya Reyog Ponorogo”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Niken Lestarini, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I
4. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II
5. Pemilik Griya Reyog Tua yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian, dan kesediaan, waktu, serta

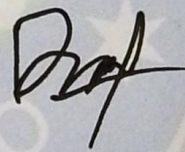
informasi yang diberikan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan memperoleh data yang dibutuhkan untuk skripsi ini.

6. Orang tua penulis, terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang selalu diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada sahabat penulis serta teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang telah memberikan semangat, hiburan, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini. Semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 24 April 2026



Penulis

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BRANDING WARUNG KOPI GRIYA REYOG TUA DALAM PELESTARIAN BUDAYA REYOG PONOROGO

A.S. Ayyub Al-Madani

22241050

Perkembangan industri kuliner yang semakin pesat mendorong munculnya berbagai konsep kafe atau warung kopi yang cenderung mengadopsi gaya modern dan minim mengangkat budaya lokal. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menghadirkan diferensiasi melalui strategi branding berbasis budaya. Griya Reyog Tua hadir sebagai warung kopi tematik yang mengangkat budaya Reyog Ponorogo sebagai identitas utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding Griya Reyog Tua dalam pelestarian budaya Reyog Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan teori *Brand Expression* Sicco van Gelder (2003) yang meliputi *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Griya Reyog Tua berhasil membangun *brand positioning* sebagai warung kopi berbasis budaya yang menekankan pada pengalaman, edukasi, dan pelestarian budaya Reyog, bukan hanya produk yang ditawarkan. *Brand identity* dibentuk secara kuat melalui elemen visual seperti artefak Reyog, penamaan ruang, konsep tradisional, barang-barang antik, serta elemen non-visual berupa penggunaan musik gamelan Reyog yang memperkuat pengalaman budaya. Sementara itu, *brand personality* yang terbentuk menunjukkan karakter tempat yang tenang, klasik, tradisional dan memiliki nuansa kultural yang kuat, sehingga mampu menciptakan pengalaman emosional bagi pengunjung. Secara keseluruhan, strategi branding yang diterapkan menunjukkan keterkaitan yang kuat antara *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality* sebagai kesatuan ekspresi merek. Branding berbasis budaya yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai strategi diferensiasi usaha, tetapi juga menjadi media pelestarian budaya Reyog Ponorogo.

Kata Kunci: strategi branding, griya reyog tua, pelestarian budaya, reyog ponorogo

ABSTRACT

ANALISIS STRATEGI BRANDING WARUNG KOPI GRIYA REYOG TUA DALAM PELESTARIAN BUDAYA REYOG PONOROGO

A.S. Ayyub Al-Madani

22241050

The rapid development of the culinary industry has encouraged the emergence of various cafe or coffee shop concepts that tend to adopt a modern style and minimally promote local culture. This condition opens opportunities for business actors to present differentiation through culture-based branding strategies. Griya Reyog Tua exists as a thematic coffee shop that promotes the culture of Reyog Ponorogo as its main identity. This study aims to analyze Griya Reyog Tua's branding strategy in preserving the culture of Reyog Ponorogo. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The analysis was conducted using Sicco van Gelder Brand Expression theory (2003) which includes brand positioning, brand identity, and brand personality. The results show that Griya Reyog Tua has succeeded in building a brand positioning as a culture-based coffee shop that emphasizes the experience, education, and preservation of Reyog culture, not just the products offered. Brand identity is formed strongly through visual elements such as Reyog artifacts, room naming, traditional concepts, antiques, as well as non-visual elements such as the use of Reyog gamelan music that strengthens the cultural experience. Meanwhile, the resulting brand personality reflects the calm, classic, and traditional character of the place, with a strong cultural feel, creating an emotional experience for visitors. Overall, the implemented branding strategy demonstrates a strong connection between brand positioning, brand identity, and brand personality as a unified brand expression. The culture-based branding implemented not only serves as a business differentiation strategy but also serves as a medium for preserving the culture of Reyog Ponorogo.

Keywords: *branding strategy, old reyog house, cultural preservation, reyog ponorogo*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pikir	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN.....	21
A. Lokasi Penelitian.....	21

B. Jenis Penelitian.....	21
C. Subjek Penelitian.....	21
D. Data Dan Sumber Data.....	22
E. Teknik Menentukan Informan.....	23
F. Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Validitas Data.....	25
H. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. HASIL PENELITIAN.....	28
B. PEMBAHASAN	49
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. KESIMPULAN	60
B. SARAN	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	17
Table 2. Subjek Informan.....	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Menu di Griya Reyog Tua.....	33
Gambar 2 Kegiatan Tabuhan Dan Latihan Reyog	35
Gambar 3 Publikasi Media dan Kunjungan Tokoh Publik di Griya Reyog Tua ..	38
Gambar 4 Bangunan di Griya Reyog Tua.....	40
Gambar 5 Area Gazebo Griya Reyog Tua	41
Gambar 6 Artefak Budaya Reyog di Griya Reyog Tua	41
Gambar 7 Area Luar, Dalam, dan Koleksi Barang Antik Griya Reyog Tua	43
Gambar 8 Wawancara Dengan Pemilik Griya Reyog Tua Mas Budi.....	66
Gambar 9 Wawancara Dengan Pengunjung Griya Reyog Tua.....	66

