

BAB II

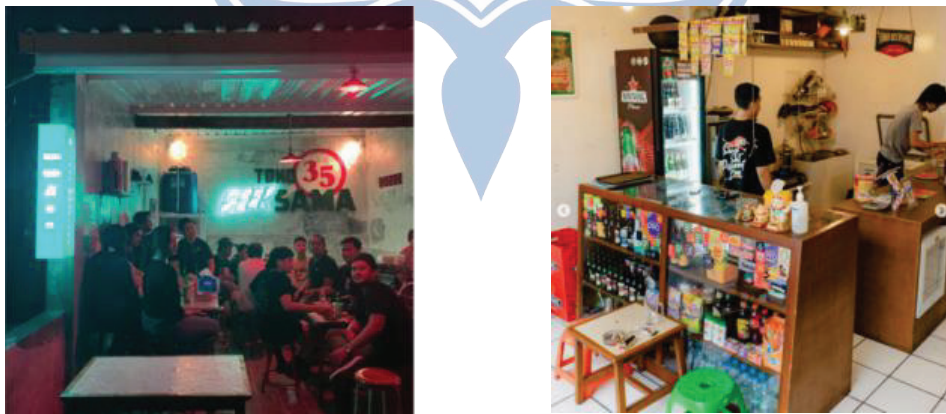
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profil Toko Beersama 35

Toko Beersama 35 merupakan bisnis yang bergerak di bidang food and beverages. Berdiri pada 28 Oktober 2020 dan mengusung tema toko kelontong yang berkonsep akulturasi budaya cina dan jawa, selain itu pengalaman baru berupa bar tersembunyi juga disajikan dalam satu bangunan di Toko Beersama 35. Berawal dari 3 pemuda yang ingin mendirikan sebuah kantor untuk agensi kreatifnya yaitu Christoper Allen, Anthony Saputra dan Henricus Adhitiya bertemu dengan 2 pemuda yang ingin bekerja sama untuk membangun bisnis food and beverages, maka lahirlah Toko Beersama 35 yang memanfaatkan satu bangunan menjadi kantor dan tempat bisnis (Beetiga Creative, 2021).

GAMBAR 7

Dua Pengalaman Berbeda yang ada dalam Satu Bangunan.



Pada lantai 1 bisa dilihat suasana toko kelontong yang lengkap dengan etalase kaca dan juga jajan yang menggantung. Selain itu untuk memperkuat

kesan toko kelontong zaman dulu, dekorasi poster dan foto berdesain kuno juga terpajang di tembok lantai satu. Pengalaman tidak hanya melalui visual saja, melainkan juga melalui pemilihan lagu populer Indonesia pada tahun 70 - 80 an. Akses menuju lantai 3 juga tersamar melalui rak lemari di ujung lantai satu. Pada lantai 3 suasana kental dengan perkotaan cina yang lengkap dengan poster dan juga lagu populer pilihan yang berbahasa cina.

Konsep akulturasi budaya jawa dan cina berangkat dari dua kebudayaan yang berbeda antara pemilik. Hal tersebut diibaratkan seperti dua sisi mata uang, dimana dua budaya berbeda lahir dan dua persona yang berbeda yang hidup dalam satu bangunan seperti koin. Nama Toko Beersama 35 adalah nama yang berasal dari perusahaan Induk yaitu Beertiga Grup Indonesia. Konsep "bir" yang melekat memberikan karakter yang kuat dan terkandung di dalam Beertiga Grup Indonesia (Beetiga Creative, 2021). Sedangkan angka 35 berasal dari awalnya 3 pemuda yang berkembang menjadi 5 pemuda, dan berharap akan berlanjut untuk terus bertumbuh.

Toko Beersama 35 pada awalnya menjual produk kopi susu, minuman kemasan dan juga tentunya beer. Hal yang membedakan yaitu pada awalnya menggunakan mesin kopi, tetapi kini tidak menggunakan mesin kopi melainkan kopi saring. Peneliti melakukan pra wawancara tentang hal tersebut kepada pemilik, penghilangan mesin kopi bertujuan supaya lebih efektif dan hemat dari segi bisnis. Selain itu juga supaya pengunjung lebih terfokus kepada beer dan craft beer yang terpajang di rak tembok dan juga kulkas. Berdasarkan hal tersebut, Toko Beersama 35 kini lebih memfokuskan kepada penjualan beer,

terutama craft beer tanpa menghilangkan produk non beer untuk pembeli yang tidak meminum beer.

B. Struktur Jabatan Toko Beersama 35

GAMBAR 8
Struktur Jabatan Toko Beersama 35



C. Visi dan Misi

1. Brand Vision

Toko Beersama bisa menjadi ekosistem yang kreatif dan berbasis kolektif dapat menjadi contoh/panutan bagi kota-kota selain Yogyakarta, sehingga menjadi tempat yang wajib dikunjungi di setiap kota di Indonesia.

2. Brand Mision

- a. Merangkul komunitas Craft Beer
- b. Menciptakan brand Craft Beer sendiri milik Toko Beersama 35
- c. Menjual seluruh produk lokal Craft Beer di Toko Beersama 35

D. Alamat Toko Beersama 35

Toko Beersama 35 beralamat di Jl. Asem Gede No.20, Cokrodiningratan,
Kec. Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55231

E. Logo

GAMBAR 9
Logo Toko Beersama



Sumber : behance.com/tokobeersama35

Toko Beersama 35 memiliki beberapa alternatif logo, sesuai dengan media yang akan digunakan nanti. Penggunaan huruf yang tebal dan tegas menggambarkan karakter yang khas ala toko kelontong zaman dulu. Sedangkan “35” diibaratkan seperti cap atau label yang menekankan identitas dari kelompok (Beetiga Creative, 2021).

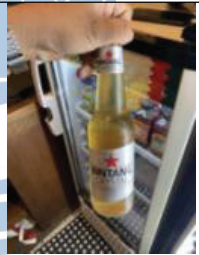
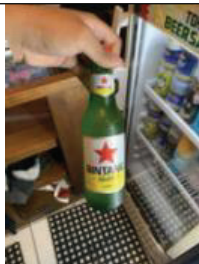
F. Gambaran umum akun @tokobeersama

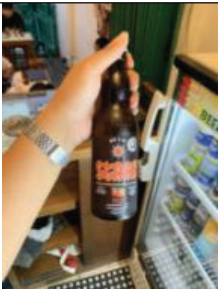
Akun instagram @tokobeersama dikelola oleh tim kreatif yang ada di bawah naungan Beertiga Creative. Akun tersebut beroperasi sejak Toko Beersama 35 dibuka yaitu 2020. Hingga saat ini instagram @tokobeersama memiliki 4939+ pengikut dan sudah mengunggah konten sebanyak 79 konten. Pada akun tersebut berisi tentang promo, pengumuman acara yang akan diadakan di Toko Beersama 35, edukasi tentang craft beer, pengenalan produk hingga lowongan pekerjaan.

Toko Beersama 35 memanfaatkan seluruh fitur yang diberikan oleh instagram, seperti highlihgts, post, reels, dan instagram story.

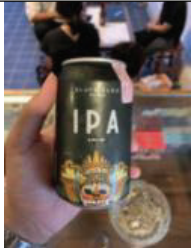
G. Produk Toko Beersama 35

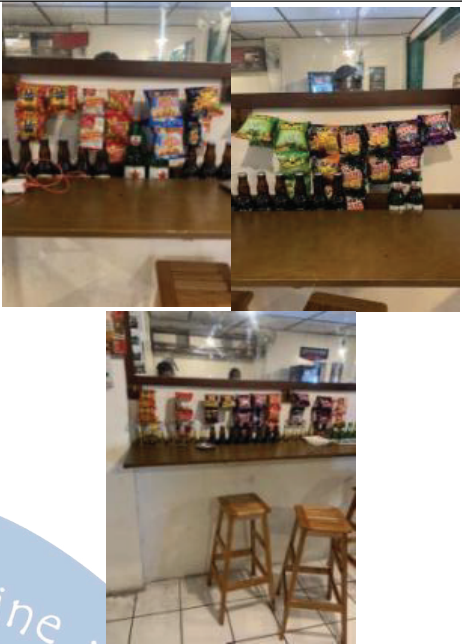
TABEL 1
Tabel Daftar Produk Toko Beersama 35

Jenis	Produk
Beer	 Bintang Pilsener
	 Bintang Crystal
	 Bintang Radler

Craft Beer	 Lion Brewery
	 Stark Craft Beer
Craft Beer	 Stark Craft Beer
	 Stark Craft Beer

	 Island Brewing
	 Island Brewing
	 Island Brewing
Craft Beer	 Black Sand Brewery : Kolsch

	 Black Sand Brewery : IPA
	 Islands of Imagination
	 Kura Kura
	 Kura Kura

Makanan Ringan	
Minuman Kemasan Non Beer	

H. Deskripsi Narasumber

1. Christopher Allen selaku Creative lead yang bertugas memikirkan konten kreatif yang akan dilakukan Toko Beersama 35 secara berkala, yang dilakukan sejauh ini adalah bentuk kolaborasi dengan komunitas dan membuat beberapa campaign untuk keperluan Toko Beersama 35.
2. Aiko Kurnia selaku marketing communication sekaligus admin yang bertugas untuk menyusun segala pesan dan media yang disampaikan perusahaan dalam upaya berkomunikasi dengan pasar.