

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL BRANDING BERBASIS
PERSONAL INFLUENCE DAN RELATIONAL NETWORK
MENGUNAKAN MODEL AISAS
(STUDI KASUS: OLIN CAFE MADIUN)**

SKRIPSI



Oleh :

DIDA IVANIDDEN

NIM. 2205102022

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2026**

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL BRANDING BERBASIS
PERSONAL INFLUENCE DAN RELATIONAL NETWORK
MENGUNAKAN MODEL AISAS
(STUDI KASUS: OLIN CAFE MADIUN)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1
Sistem Informasi

Oleh :

DIDA IVANIDDEN

NIM. 2205102022

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Dida Ivanidden telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 15 Juli 2026
Pembimbing I,



Dimas Setiawan, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0701089201

Madiun, 15 Juli 2026
Pembimbing II,

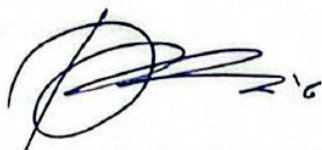


Andria, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0723049201

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi oleh (Dida Ivanidden) telah dipertahankan di depan dosen penguji pada hari Senin tanggal 27 Juli 2026.

Tim Penguji



Dimas Setiawan, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0701089201

Penguji I



Ridho Pamungkas, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0702068803

Penguji II



Mei Lenawati, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0705058109

Penguji III

Mengetahui,
Dekan FT




Rofiah Hidayati, S.T., M.Pd.
NIDN/NIK : 0706108202

Menyetujui
Kaprodin Sistem Informasi




Ridho Pamungkas, S.Kom., M.Kom
NIDN/NIK : 0702068803

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dida Ivanidden

NIM : 2205102022

Program Studi : Sistem Informasi

Fakultas : Fakultas Teknik

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul “Analisis Strategi Digital Branding Berbasis Personal Influence dan Relational Network Menggunakan Model AISAS (Studi Kasus: Olin Café Madiun)” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN

KEPADA:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih karunia, penyertaan, kekuatan, serta pengharapan yang tiada henti menyertai setiap langkah penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua serta seluruh keluarga tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan moril maupun materiil, serta semangat tak terhingga yang selalu mengiringi setiap proses perjuangan penulis.
3. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II, atas segala dedikasi, waktu, ilmu, arahan, serta kesabaran yang luar biasa dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen Program Studi Sistem Informasi, Universitas PGRI Madiun, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Sahabat, teman-teman, serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, dan motivasi sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
6. Kepada diri sendiri, terima kasih telah memilih untuk bertahan, terus belajar, dan tidak menyerah di tengah berbagai tantangan. Terima kasih telah berjuang dengan sangat baik hingga sampai di tahap ini.
7. Almamater tercinta, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun.
8. Kepada seluruh pihak di kampus yang telah menemani perjalanan akademik maupun non akademik penulis, atas segala dukungan dan bimbingan yang tulus sejak awal hingga penulis berhasil berada pada tahap ini.
9. Kepada sosok-sosok berharga dalam hidup penulis, terima kasih telah hadir sebagai penyemangat, membantu melewati setiap rintangan, dan kebersamaan penulis dari awal hingga bisa berada di tahap ini.

HALAMAN MOTTO

“Jer Basuki Mawa Béya”

Segala bentuk keberhasilan dan kesejahteraan hanya dapat diraih melalui usaha, pengorbanan, dan kerja keras.

Peribahasa jawa

"Berkarya dengan ilmu, bertumbuh dengan integritas, dan memberi manfaat bagi sesama."

Dida Ivanidden

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Strategi Digital Branding Berbasis Personal Influence Dan Relational Network Menggunakan Model AISAS"** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas PGRI Madiun.
2. Nasrul Rofiah Hidayati, S.T., M.Pd, Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas PGRI Madiun.
3. Ridho Pamungkas, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dimas Setiawan, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, serta evaluasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Andria, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, serta evaluasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan pembelajaran selama masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
8. Seluruh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini sehingga proses pengumpulan data dapat terlaksana dengan baik.
9. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam analisis strategi digital branding ini.

Madiun, 7 Juli 2026

Penulis



Dida Ivanidden

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	v
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Strategi Digital Branding</i>	12
2.2.2 <i>Digital Branding</i>	14
2.2.3 <i>Personal Influence</i>	16
2.2.4 <i>Relational Network</i>	17
2.2.5 Model AISAS.....	18

2.2.6 Instagram.....	24
2.2.7 Tiktok	27
2.2.8 SPSS	29
2.2.9 Populasi	30
2.2.10 Sampel.....	30
2.2.11 Keaslian Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	376
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	77
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Objek Penelitian.....	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Instrumen Penelitian	43
3.7 Teknik Analisis	44
3.7.1 Tahap Integrasi Data	44
3.7.2 Uji Validitas Dan Reliebel	47
3.8 Novelty (Kebaruan)	49
3.9 Indikator Keberhasilan Branding.....	50
3.10 Alur Penelitian	51
3.11 Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Olin Cafe	61
4.1.1 Profil Olin Café	61
4.2 Hasil Sebaran Kuesioner.....	72
4.2.1 Karakteristik dan Kriteria Responden Penelitian.....	72
4.2.2 Analisis Penerapan <i>Personal Influence</i>	78
4.2.3 Analisis Penerapan Jaringan <i>Relational Network</i>	87
4.2.4 Analisis AISAS	92
4.3 Hasil Analisis Kualitatif.....	98
4.3.1 Wawancara Owner	98
4.3.2 Wawancara Pelanggan	99
4.4 Hasil analisis Kuantitatif.....	101

4.5 Integrasi dan Pembahasan Temuan.....	103
4.6 Perancangan Strategi Digital Branding.....	105
4.6.1 Strategi Pilar I: Optimasi Personal Influence	105
4.6.3. Konten Kalender Olin Café.....	108
4.7 Kesimpulan Manajerial Strategi.....	111
BAB V PENUTUP.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Strategi Digital Branding	13
Tabel 2. 3 Konsep <i>Personal Influence</i>	17
Tabel 2. 4 Komponen Jaringan Relasional	18
Tabel 2. 5 Keaslian Penelitian.....	31
Tabel 3. 1 Variabel <i>Personal Influence</i>	45
Tabel 3. 2 Variabel <i>Relational Network</i>	46
Tabel 3. 3 Indikator Keberhasilan	51
Tabel 3. 4 Kuesioner Kuantitatif.....	54
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4. 1 Informasi Olin Café.....	63
Tabel 4. 2 Sosial Media.....	71
Tabel 4. 3 Kategori Kinerja	76
Tabel 4. 4 Hasil Persepsi Pelanggan	83
Tabel 4. 5 Hasil <i>Relation Network</i>	90
Tabel 4. 6 Hasil Mean AISAS.....	94
Tabel 4. 7 Tema dan Temuan.....	99
Tabel 4. 8 Integrasi Data	102
Tabel 4. 9 Konten Kalender Olin Cafe.....	107
Tabel 4. 10 Strategi Digital Branding	109
Tabel 4. 11 Perhitungan Mean Responden <i>Relational Network</i>	93
Tabel 4. 12 Perhitungan Mean Responden AISAS.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Digital Branding</i>	15
Gambar 2. 2 Model AISAS	22
Gambar 3. 1 Olin Café.....	37
Gambar 3. 2 Kode QR Gform	44
Gambar 3. 3 Hasil Uji Validitas	48
Gambar 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	49
Gambar 3. 5 Alur Penelitian.....	51
Gambar 4. 1 Foto Olin Café.....	64
Gambar 4. 2 Akun Instagram Official Olin Cafe	68
Gambar 4. 3 Infografis Olin Cafe	66
Gambar 4. 4 Instagram Official Olin Cafe	72
Gambar 4. 5 Tiktok Official Olin Cafe	73
Gambar 4. 6 Google Maps Olin Café	74
Gambar 4. 7 Diagram Responden Gender	78
Gambar 4. 8 Diagram Batang Usia Responden	80
Gambar 4. 9 Suasana Olin Café	88
Gambar 4. 10 Tagging Instagram Olin Cafe	89
Gambar 4. 11 Indikator Relational Network.....	91
Gambar 4. 12 Diagram Mean AISAS	96
Gambar 4. 13 Google Form Responden.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner responden	119
Lampiran 1. 2 Hasil Perhitungan Mean Kuesioner	120
Lampiran 1. 3 Hasil Wawancara	121