

ABSTRACT

Bajrabimasetta Anggadenta 12321076. Analysis of Marketing Communication Strategies on Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi to Increase Visitor Interest. 2019.

This study aims to find out how the marketing communication strategy in Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi in attracting visitors' interest. Because ultimately coffee connoisseurs will continue to look for places and coffeeshops that are comfortable to visit and this they can find out from the communication carried out by these business people. . The formulation of the problem was raised, namely: how is the marketing communication strategy at Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi in attracting visitors ?. This study used qualitative research methods. Data collection techniques for this study through in-depth interviews and observation. Data analysis in qualitative research generally includes data reduction and data interpretation. The results of this study indicate that Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi use the same marketing communication strategy, the pull communication strategy. Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi do not have special actors or officers responsible for promotional actions. Instead, all the teams that are members of Ethikopia Coffeabay are in charge of promotional actions. The same thing happened to Sangrai Kedai Kopi. In addition to determining segmentation, targeting and positioning, Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi also conduct research. In the process of promotional actions undertaken by Ethikopia Coffeabay and Sangrai Kedai Kopi there are inhibiting and supporting factors. Supporters and inhibitors are both relatively the same, namely the officer responsible for the promotion measures and fears of over budgeting.

Keywords : marketing communication strategies, coffeeshop

ABSTRAK

Bajrabimasetia Anggadenta 12321076. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran pada Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi untuk Meningkatkan Minat Penunjung. 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi dalam menarik minat pengunjung. Dikarenakan pada akhirnya penikmat kopi akan terus mencari tempat dan coffeeshop yang nyaman untuk dikunjungi dan hal ini dapat mereka ketahui dari adanya komunikasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis tersebut. Rumusan masalah di ajukan yaitu : bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi dalam menarik minat pengunjung?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini melalui wawancara mendalam dan observasi. Analisis data pada penelitian kualitatif pada umumnya meliputi reduksi data dan interpretasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang sama yaitu strategi komunikasi tarik (pull communication strategy). Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi tidak memiliki aktor atau petugas secara khusus yang bertanggung jawab terhadap tindakan promosi. Melainkan, semua tim yang tergabung dalam Ethikopia Coffeabay bertugas terhadap tindakan promosi. Hal yang sama juga terjadi pada Sangrai Kedai Kopi. Selain melakukan penentuan segmentasi, targetting dan positioning, Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi juga melakukan riset. Pada proses tindakan promosi yang dilakukan Ethikopia Coffeabay dan Sangrai Kedai Kopi terdapat faktor penghambat dan pendukung. Faktor pendukung dan penghambat pada keduanya relatif sama, yaitu petugas yang bertanggung jawab pada tindakan promosi tersebut dan kekhawatiran akan over budget.

Kata Kunci : Strategi pemasaran komunikasi, *coffeeshop*