

ABSTRAK

KGS. M. RIO ALDINO. 13815707

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAFE BAPERIN AJA DALAM MEMBANGUN CITRA

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Kafe Baperin Aja Margonda dalam Membangun Citra Positif)

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Citra.

(Total halaman awal terakhir 94 + Isi 70 Halaman + Lampiran 19 Halaman)

Kafe Baperin Aja Margonda adalah kafe modern di area jalan Margonda Depok yang mulai ramai di kunjungi customer khususnya kalangan mahasiswa dan anak muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktifitas Komunikasi dan Strategi Pemasaran Kafe Baperin Aja Margonda di dalam membangun citra positif di kalangan konsumennya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi komunikasi pemasaran kafe Baperin Aja Margonda dalam membangun citra positif dikalangan konsumenya dilakukan secara konvensional dengan penyebaran brosur atau media televisi maupun secara modern dengan mengandalkan internet dan media sosial seperti instagram dan website. Secara spesifik citra positif yang di harapkan ialah kafe modern yang nyaman bagi setiap konsumen yang berkunjung berdasarkan konsep dan fasilitas yang terdapat di dalam kafe Baperin Aja margonda. Selain itu pemenuhan kebutuhan konsumen seperti kelengkapan fasilitas kafe serta kualitas produk yang di pasarkan juga menjadi indikator penting bagi konsumen dalam memberikan citra positif kepada pihak kafe. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dalam upaya membangun citra positif perusahaan, kafe Baperin Aja Margonda telah melakukan berbagai cara aktivitas komunikasi pemasaran.

Daftar Pustaka (1989 – 2015)