

ABSTRAK

DONI KURNIAWAN, 12818079

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AGANO KOPI PADA SAAT MASA PANDEMI COVID 19 DI KOTA TANGERANG

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Agano Kopi

(xiii + 116 + Lampiran)

Fokus utama Agano Kopi berorientasi pada peningkatan pemasaran pada masa saat pandemic covid 19 di Kota Tangerang ini sendiri. Menjelaskan tentang berbagai macam bauran yang digunakan oleh Agano Kopi tentang strategi Komunikasi Pemasaran apa saja yang digunakan oleh Agano Kopi ini dalam menghadapi perasaingan coffee shop yang jaraknya berdekatan dengan pusat kuliner di Kota Tangerang. Hal ini mengingat tentang banyaknya UMKM yang terkena dampak dari pandemic ini sendiri. Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan pada saat masa pandemic ini sendiri. Penelitian ini sendiri menggunakan metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi ,dan dokumentasi. Hasil ini menunjukan Perencanaan strategi komunikasi Agano Kopi ini sendiri selama masa pandemic covid 19 ini dilakukan dengan baik dengan cara menyediakan berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh Agano Kopi dan juga tidak lupa mengadakan berbagai promo selama masa pandemic covid 19 ini agar customer bisa merasakan kopi Agano dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dilakukan guna memberikan citra yang positif terhadap Agano Kopi selama masa pandemic covid saat ini.

Daftar Pustaka (2015-2020)