



**KREATIVITAS KOMUNIKASI PADA MANAJEMEN KAFE
KOPI DALAM MENARIK MINAT KUNJUNG KONSUMEN
(Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta)**



U N I **FARIZ FADLIANSYAH**
MERCU BUANA
44220010277

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**



**KREATIVITAS KOMUNIKASI PADA MANAJEMEN KAFE
KOPI DALAM MENARIK MINAT KUNJUNG KONSUMEN
(Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta)**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1**

**UNIVERSITAS
FARIZ FADLIANSYAH
MERCU BUANA
44220010277**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fariz Fadliansyah
NIM : 44220010277
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen (Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery di Jakarta)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 15 Januari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fariz Fadliansyah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fariz Fadliansyah
NIM : 44220010277
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen (Studi Kasus Kafe Kopi Kampong Gallery di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relation, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan,
S.Sos., M.T

NIDN : 0303027301

()

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

NIDN : 0324128202

()

Penguji Ahli : Anindita, M.Ikom

NIDN : 0306018903

()

Jakarta, 15 Januari 2024

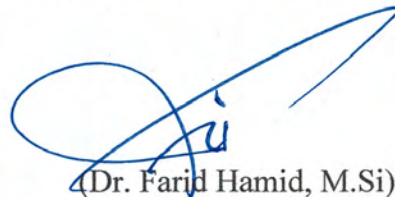
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “KREATIVITAS KOMUNIKASI PADA MANAJEMEN KAFE KOPI DALAM MENARIK MINAT KUNJUNG KONSUMEN (Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., MT selaku dosen pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama penelitian ini dibuat.
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku ketua sidang skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
3. Ibu Anindita M.Ikom selaku selaku Penguji Tugas Akhir Skripsi penulis yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom., selaku Sekretaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen dan staff program studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Ahmad Bahrudin, S.T dan Ibu Safitri Laela Susanti, serta adik saya Mutia Dewi Fadhilah yang telah memberikan dukungan moril maupun materil kepada saya.
10. Seluruh pihak informan yang bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
11. Teman-teman saya di bangku perkuliahan, Muhammad Fajar Rizky, Bagus Dwi Ramdhani, Ahmad Hanan Al Ghifari, Jonathan Raditya, dan Muhammad Aminullah yang memberikan semangat dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman saya, Ahmad Baihaki dan Rizky Fachrezy yang memberikan semangat dan dukungan moril kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis hanya dapat menyampaikan terima kasih, serta terus berdoa agar segala kebaikan yang diberikan dapat menjadi suatu ladang amal yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Selain itu penulis juga sangat menyadari bahwa temuan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kesalahan baik

dalam penulisan kata ataupun berbagai kekurangan lain dalam menyampaikan materi. Karenanya dibutuhkan kritik serta saran yang sifatnya membangun agar kesempurnaan penelitian dapat dicapai. Peneliti berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 13 Januari 2024

Fariz Fadliansyah



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fariz Fadliansyah
NIM : 44220010277
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen (Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery di Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2024



Fariz Fadliansyah

ABSTRAK

Nama : Fariz Fadliansyah
NIM : 44220010277
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen (Studi Kasus Kafe Kopi Kampoeng Gallery di Jakarta)
Pembimbing : Dr. Rosmawaty Hilderiah P, S.Sos., M.T

Pertumbuhan kafe kopi di Indonesia meningkat tajam. Konsekuensinya, persaingan antar kafe kopi di Indonesia juga semakin meningkat, seperti di kawasan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, sedikitnya terdapat sekitar 17 kafe kopi yang letaknya berdekatan. Kondisi ini membuat para pemiliknya berlomba-lomba kreatif dalam membuat strategi agar mampu menarik konsumen, seperti yang dilakukan kafe kopi Kampoeng Gallery. Kafe kopi Kampoeng Gallery ini berada di sekitar stasiun Kebayoran, mengusung konsep Hidden Gem dengan desain interior bernuansa jadul (vintage) ala tahun 90-an.

Penelitian ini menggunakan teori Customer Relationship Management (CRM) Kotler dan Armstrong (2004). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis mengenai apa dan bagaimana kreativitas komunikasi pada manajemen kafe kopi Kampoeng Gallery dalam menarik minat kunjung konsumen berikut hambatannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, serta menggunakan paradigma konstruktivisme. Untuk menggali data primer digunakan teknik wawancara mendalam semi terstruktur dalam kondisi tidak formal.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa bentuk kreativitas komunikasi yang dilakukan oleh manajemen kafe kopi Kampoeng Gallery dalam menarik minat kunjung konsumen yaitu melalui komunikasi verbal, non verbal dan visual. Kemudian terkait hambatan kreativitas komunikasi yang terjadi pada manajemen kafe kopi Kampoeng Gallery dalam menarik minat kunjung konsumen yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat baik itu bagi penelitian selanjutnya sebagai sumber referensi khususnya yang membahas mengenai kreativitas komunikasi serta bagi pihak manajemen untuk dijadikan evaluasi dalam meningkatkan pelayanan bagi para konsumennya.

Kata Kunci : *Kreativitas Komunikasi, Kafe Kopi, Minat Kunjung, Konsumen*

ABSTRACT

Name : Fariz Fadliansyah
NIM : 44220010277
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title of Thesis Report : Communication Creativity in Coffee Cafe Management in Attracting Consumer Interest (Case Study of Kampoeng Gallery Coffee Cafe in Jakarta)
Counsellor : Dr. Rosmawaty Hilderiah P, S.Sos., M.T

The growth of coffee cafes in Indonesia is increasing sharply. Consequently, competition between coffee cafes in Indonesia is also increasing, such as in the Kebayoran Lama area, South Jakarta, where there are at least 17 coffee cafes located close together. This condition makes the owners compete creatively in making strategies to attract consumers, such as the Kampoeng Gallery coffee cafe. Kampoeng Gallery coffee cafe is located around Kebayoran station, carrying the Hidden Gem concept with a 90s-style vintage interior design.

This research uses Kotler and Armstrong's Customer Relationship Management (CRM) theory (2004). This research aims to identify and analyze what and how the communication creativity of Kampoeng Gallery coffee cafe management in attracting consumer interest and its obstacles. The method used in this research is a case study method with a qualitative approach, and uses a constructivism paradigm. To explore primary data, semi-structured in-depth interview techniques were used in informal conditions.

The results of the study can be seen that the form of communication creativity carried out by the management of Kampoeng Gallery coffee cafe in attracting consumer interest is through verbal, non-verbal and visual communication. Then related to the obstacles to communication creativity that occur in the management of Kampoeng Gallery coffee cafe in attracting consumer interest, namely internal obstacles and external obstacles.

This research is expected to contribute and benefit both for further research as a source of reference, especially those that discuss communication creativity and for management to be used as an evaluation in improving services for its consumers.

Keywords: *Communication Creativity, Coffee Cafe, Visitor Interest, Consumer*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Teori Customer Relationship Management	23
2.2.2 Analisis SWOT	24
2.2.3 Manajemen Komunikasi	25
2.2.4 Kreativitas Komunikasi	25
2.2.5 Hambatan Komunikasi	28
2.2.6 Hambatan Kreativitas Komunikasi.....	29
2.2.7 Berpikir Kreatif.....	30
2.2.8 Kafe Kopi.....	30
2.2.9 Konsumen dan Minat Kunjung Konsumen	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subyek Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Teknik Analisis Data	38
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Profil Kafe Kopi Kampoeng Gallery	39

4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Bantuk Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen	44
4.2.2	Hambatan Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta Dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen	66
4.3	Pembahasan	72
4.3.1	Bantuk Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen	72
4.3.2	Hambatan Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran	86
5.2.1	Saran Akademis	86
5.2.2	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		91



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.1.	Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia	1
Gambar 1.2.	Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia	2
Gambar 1.3.	Gambaran Sebaran Kafe di Wilayah Kebayoran Lama	3
Gambar 1.4.	Kafe Kopi Kampoeng Gallery	4
Gambar 3.1.	Model Miles dan Huberman (1994)	39
Gambar 4.1.	Tampak Kafe Kopi Kampoeng Gallery Dari Depan	41
Gambar 4.2.	Logo Kafe Kopi Kampoeng Gallery	41
Gambar 4.3.	Jam Buka Kafe Kopi Kampoeng Gallery	42
Gambar 4.4.	Gambaran Harga Menu Pada Kafe Kopi Kampoeng Gallery	42
Gambar 4.5.	Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Wilayah Kebayoran Lama	43
Gambar 4.6.	Suasana Live Music Era 90an	43
Gambar 4.7.	Media Sosial Kampoeng Gallery, Instagram (kiri), TikTok (kanan)	50
Gambar 4.8.	Kutipan kata-kata motivasi yang dipajang di Kampoeng Gallery	53
Gambar 4.9.	Toilet di Kampoeng Gallery	71

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1.	Review Penelitian Terdahulu Sejenis	15
Tabel 2.2.	Cara Menarik Minat Konsumen Dengan Menggunakan Komunikasi Verbal dan Non Verbal	27
Tabel 3.1.	Data Informan Penelitian	35
Tabel 3.2	Hasil Observasi Peneliti	37
Tabel 4.1.	Cara Komunikasi Membangun Hubungan Baik Dengan Konsumen Berikut Faktor Penyebabnya Dalam Pandangan Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery	46
Tabel 4.2.	Cara Komunikasi Guna Menarik Konsumen Baru Dalam Pandangan Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery	49
Tabel 4.3.	Keunikan Yang Menjadi Ciri Khas Kafe Kopi Kampoeng Gallery Yang Dikomunikasikan Kepada Konsumen	53
Tabel 4.4.	Bentuk Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Kafe Kopi Kampoeng	57
Tabel 4.5.	Bantuk Manajemen Komunikasi Kafe Kopi Kampoeng Gallery	61
Tabel 4.6.	Bentuk-Bentuk Kreativitas Komunikasi Verbal, Non Verbal, Dan Visualnya Dalam Menarik Konsumen Baru Dalam Pandangan Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery	65
Tabel 4.7.	Hambatan Kreativitas Komunikasi Yang Dapat Mempengaruhi Minat Kunjung Konsumen Baru Dalam Pandangan Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery	67
Tabel 4.8.	Bentuk kreativitas komunikasi Pada Manajemen kafe kopi Kampoeng Gallery di Jakarta dalam menarik minat kunjung konsumen	78
Tabel 4.9.	Hambatan Kreativitas Komunikasi Pada Manajemen Kafe Kopi Kampoeng Gallery Di Jakarta Dalam Menarik Minat Kunjung Konsumen	82