

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*