

## ABSTRAK

*Postingan* yang di-*upload* oleh *Nama Coffee* Cimahi tidak memiliki jadwal yang tetap dan tidak terstruktur seolah-olah *postingan* hanya di tampilkan pada feed instagram saat *content creator* memiliki ide dan gagasan tanpa di tuntutan untuk melakukan *postingan* secara berkala, selang tahun 2018 hingga 2023 hanya ada 92 *postingan feed* instagram *Nama Coffee* Cimahi. Tentunya peran dari *Content Creator* sangatlah penting disini bagaimana mereka mampu untuk menarik dan memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh *Nama Coffee* Cimahi.

Tujuan Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui gambaran umum *Nama Coffee* Kota Cimahi, peranan *content creator* serta pelaksanaan *content creator* pada *Nama Coffee* Kota Cimahi, dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh *content creator* *Nama Coffee* Kota Cimahi.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu *Nama Coffee* sudah berdiri sejak tahun 2018 yang didirikan oleh Muhammad Chandra Purnama di Kota Cimahi. Dalam mempromosikan *Nama Coffee*, *Nama Coffee* sudah mempunyai *content creator* yang bertugas mengatur dan membuat konten untuk media promosi. Untuk menunjang pembuatan konten, pihak *Nama Coffee* memberikan berapa fasilitas kepada *content creator* dan *social media specialist*, namun ada juga fasilitas yang tidak disediakan oleh *Nama Coffee*. *Content creator* *Nama Coffee* dalam menjalankan tugas itu harus sebagaimana mestinya sesuai SOP atau aturan yang diberikan. Bagi seorang *content creator* di *Nama Coffee* harus dapat berpikir kreatif, meninjau, membuat konten, dan mengedit merupakan beberapa kewajiban dari seorang *content creator*.

Kesimpulan yang dapat diberikan adalah *Nama Coffee* menyediakan fasilitas pendukung *content creator*, Peran *content creator* *Nama Coffee* adalah menjalankan tugas yang harus disesuaikan dengan SOP. Dan hambatan dalam membuat konten adalah proses *editing*, karena *content creator* dari *Nama Coffee* harus belajar banyak tentang konsep yang dipakai oleh *Nama Coffee* sekarang untuk membuat konten.

**Kata Kunci :** *Content Creator dan Coffee Shop*.

## **ABSTRACT**

*Posts uploaded by Nama Coffee Cimahi do not have a fixed schedule and are not structured as if posts are only displayed on the Instagram feed when content creators have ideas and ideas without being required to post regularly, between 2018 and 2023 there are only 92 Instagram feed posts Name Coffee Cimahi. Of course, the role of Content Creators is very important here, how are they able to attract and market the products owned by the Cimahi Coffee Name.*

*The purpose of the research conducted was to find out the general description of the Cimahi City Coffee Name, to find out the condition of content creators in the Cimahi City Coffee Name, to find out the role of content creators in the marketing of Cimahi City Coffee Name products, and to find out the barriers to content creators and the efforts made to overcome them. these obstacles.*

*The research results obtained are Name Coffee which was founded in 2018 which was founded by Muhammad Chandra Purnama in Cimahi. In promoting Nama Coffee, Nama Coffee's content creators get the facilities provided by Nama Coffee, but there are also facilities that are not provided by Nama Coffee. In carrying out the task, Name Coffee's content creator must comply with the SOP or rules given. For a content creator at Nama Coffee, they must be able to think creatively, review, create content, and edit are some of the obligations of a content creator.*

*The conclusion that can be given is the In promoting Nama Coffee content support facilities are provided. which must be adjusted to the SOP. And the obstacle in creating content is the editing process, because content creators from Nama Coffee have to learn a lot about the concepts that Nama Coffee now uses to create content.*

**Keywords: Content Creator and Coffee Shop.**

## ABSTRAK

*Tulisan anu diunggah ku Nama Kopi Cimahi henteu gaduh jadwal anu tetep sareng henteu terstruktur saolah-olah tulisan ngan ukur dipidangkeun dina feed Instagram nalika panyipta kontén gaduh ide sareng ide tanpa diwajibkeun ngeposkeun sacara teratur, antara taun 2018 sareng 2023 ngan ukur aya 92 feed Instagram. tulisan Ngaran Kopi Cimahi. Tangtu waé peran Content Creators di dieu téh kacida pentingna, kumaha maranéhna bisa narik jeung memasarkeun produk nu dipimilik ku Ngaran Kopi Cimahi.*

*Tujuan panalungtikan anu dilaksanakeun nya éta pikeun mikanyaho gambaran umum ngeunaan Ngaran Kopi Kota Cimahi, pikeun mikanyaho kaayaan pangripta eusi dina Ngaran Kopi Kota Cimahi, pikeun mikanyaho peran pangripta eusi dina pamasaran Kopi Kota Cimahi. Sebutkeun produk, sareng milari halangan pikeun panyipta kontén sareng usaha anu dilakukeun pikeun ngatasi éta. halangan ieu.*

*Hasil panalungtikan nya éta Kopi Ngaran anu diadegkeun taun 2018 anu diadegkeun ku Muhammad Chandra Purnama di Cimahi. Dina ngamajukeun Kopi Nama, kreator konten Nama Kopi meunang fasilitas nu disadiakeun ku Kopi Nama, tapi aya ogé fasilitas nu teu disadiakeun ku Kopi Nama. Dina ngalaksanakeun éta pancén, panyipta eusi Nami Kopi kudu luyu jeung SOP atawa aturan anu geus ditangtukeun. Pikeun panyipta kontén di Nama Coffee, kudu bisa mikir sacara kréatif, ngaresensi, nyieun eusi, jeung ngédit mangrupa sawatara kawajiban ti nu nyieun eusi.*

*Kacindekan anu bisa ditepikeun nyaéta Dina ngamajukeun Kopi Nama, fasilitas pangrojong eusina disayogikeun. nu kudu disaluyukeun jeung SOP. Sareng halangan dina nyiptakeun kontén nyaéta prosés ngédit, sabab panyipta kontén tina Nama Coffee kedah seueur diajar ngeunaan konsép anu ayeuna dianggo ku Nama Coffee pikeun nyiptakeun kontén.*

***Konci: Pencipta Kandungan sareng Warung Kopi.***