

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KILOGRAM COFFEE AND
SPACE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Kilogram.space PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

Oleh: Fauzi Ghani Purnama

Dosen Pembimbing: Winne Wardiani S.S., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kilogram Coffee and Space di Media Sosial Instagram pada Masa Pandemi Covid-19”. Penggunaan media Instagram merupakan salah satu andalan yang digunakan oleh Kilogram Coffee and Space dalam mempromosikan tempat usahanya melalui akun Instagram @Kilogram.space. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran @Kilogram.space melalui Instagram di masa pandemic COVID-19 dan bagaimana strategi komunikasi pemasaran @Kilogram.space berdasarkan teori *Marketing Mix* (4P). Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif yang menganalisis strategi komunikasi pemasaran produk yang dilakukan oleh @Kilogram.space melalui akun instagramnya, dan peneliti melakukan penelitian dengan mengamati aktivitas Kilogram Coffee and Space melalui akun Instagram nya mulai dari pengikut, unggahan, komentar, *endorsement*, hingga pemasaran lainnya yang dilakukan oleh @Kilogram.space. Sumber data primer dari penelitian ini diambil dari Manager Kilogram Coffee and Space dan beberapa narasumber yang merupakan konsumen. Peneliti mendapat data-data yang terdapat dalam skripsi ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang peneliti

lakukan mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat pembeli, Kilogram Coffee and Space menerapkan teori *Marketing Mix 4P* yang terdiri dari, *product, price, place, dan promotion* dalam meningkatkan penjualannya. Kilogram Coffee and Space menjual produk makanan dan minuman, serta menjual suasana yang nyaman untuk berkumpul dan bercengkrama. Kilogram space yang berkonsep city forrest dan Industrial sehingga memiliki kesan yang sejuk dan memiliki ciri khas di setiap sudutnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing 4P, Media Sosial Instagram

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF KILOGRAM
COFFEE AND SPACE ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM
@Kilogram.space DURING THE PANDEMIC COVID-19**

Author: Fauzi Ghani Purnama

Supervisor: Winne Wardiani S.S., M.Si.

ABSTRACT

This study is entitled “Marketing Communication Strategy of Kilogram Coffee and Space on Social Media Instagram during The Pandemic Covid-19”. The use of Instagram is one of Kilogram Coffee and Space’s media platforms to promote their business through an account @Kilogram.space. This study aims to explore how marketing communication strategy used by @Kilogram.space through Instagram during the pandemic Covid-19 and to investigate their marketing communication strategy based on Marketing Mix Theory (4P). Therefore, this study used a qualitative method to analyse the marketing communication strategy that used by @Kilogram.space through their Instagram account, this study also observed the activities on Kilogram Coffee and Space’s Instagram account, such as the followers, posted photos, comments, endorsement, and also other marketing that has been done by @Kilogram.space Instagram account. Primary data sources in this study taken from the Head Manager of Kilogram Coffee and Space and some customers there. The data collection also taken from observation, interview, and documentation. Referring to the findings related to the marketing communication strategy in attracting customers, Kilogram Coffee and Space

adapted the 4P Marketing Mix Theory which consists of product, price, place, and promotion to increase the selling products. Kilogram Coffee and Space sells some foods and drinks also the ambience that suitable for gathering. Kilogram Coffee and Space adapted a concept Industrial which makes a cozy impression and had a characteristic in each corner of the place.

Key words: *Marketing Communication Strategy, Marketing Mix 4P, Media Social Instagram*

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KILOGRAM KOPI SARENG
RUANG DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KILOGRAM.SPAE SALILA
PANDEMIK COVID-19**

Oleh : Fauzi Ghani Purnama

Pangawas : Winne Wardiani S.S.,M.Si

RINGKESAN

Panalungtikan ieu berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kilogram Kopi Sareng Ruang di Media Sosial Instagram @Kilogram.space Salila Pandemi COVID-19”. Kaanggean Media Instagram nyaeta salah sahiji andalan Kilogram Kopi sareng ruang dinu ngapromosikeun tempat usahana ngalewat akun Instagram @Kilogram.space. rumusan masalah dinu panalungtikan nyaeta kumaha strategi komunikasi pemasaran @Kilogram.space ngaliwatan Instagram salami pandémik COVID-19 sareng kumaha strategi komunikasi pemasaran @Kilogram.space dumasar kana téori *Marketing Mix* (4P). sedengkeun pikeun jenis panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta analisis kualitatif strategi komunikasi pemasaran produk dilaksanakeun ku @Kilogram.space ngaliwatan akun Instagram-na, sarta panalungtik ngayakeun panalungtikan ku cara niténan kagiatan Kilogram Kopi sareng ruang ngaliwatan akun Instagram na dimitian ti pengikut, unggah, koméntar, endorsements, ka pamasaran séjén dilakukeun ku @Kilogram.space. Sumber data primer tina ieu panalungtikan dicandak ti Manajer Kilogram Kopi sareng ruang jeung sumber anu sanés nyaéta konsumén. Panalungtik meunangkeun data nu aya dina ieu skripsi ngaliwatan observasi wawancara, sareng dokumentasi. Hasil panalungtikan nyaéta

panalungtik ngeunaan strategi komunikasi pemasaran dina narik minat pembeli, Kilogram Kopi sareng ruang nerapkeun téori 4P Marketing Mix anu diwangun ku, produk, harga, tempat, jeung promosi dina ngaronjatkeun jualan, Kilogram kopi sareng ruagn ngajual produk dahareun jeung inuman, kitu ogé ngajual atmosfir nyaman ngumpul jeung ngobrol. Kilogram kopi sareng ruang kalayan konsep leuweung kota jeung industry sahingga boga kesan béda tiis tur mibanda ciri di unggal juru.

Kecap Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing 4P, Media Sosial Instagram

