

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH KOPI SUNDA HEJO PASCA PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN GARUT” studi Kualitatif Komunikasi Pemasaran Rumah Kopi Sunda Hejo di Kab. Garut. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Marketing di Rumah Kopi Sunda Hejo.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dilakukan melalui proses pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa advertising di Rumah Kopi Sunda Hejo melakukan periklanan melalui media sosial instagram dengan cara menampilkan suasana Rumah Kopi Sunda Hejo yang bertema ke alam-alaman sehingga para konsumen tertarik untuk mendatangi Rumah Kopi Sunda Hejo. Rumah Kopi Sunda Hejo menggunakan Public Relation dalam menciptakan citra yang positif dan melakukan kegiatan kolaborasi bersama influence @jajanangarut untuk meningkatkan exposure atau branding dari Rumah Kopi Sunda Hejo tersebut. Dalam event sponsorship Rumah Kopi Sunda Hejo melakukan kolaborasi dan menjadi sponsor utama di event manual brewcommunity dan roasted farm di salatiga tujuannya supaya semakin mengenal Rumah Kopi Sunda Hejo. Melalui sales promotion sendiri Rumah Kopi Sunda Hejo sering memberikan promo-promo diantaranya ada buy 1 get 1, REBOKOP, dan juga sering ada live acoustik di setiap malam minggunya. Rumah Kopi Sunda Hejo untuk personal selling itu adalah hal yang paling diutamakan agar membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Rumah Kopi Sunda Hejo.