

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pada Konsumen Cafe Meet.Pot Bandung”.

Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pihak Meet.Pot dengan konsumen agar konsumen bisa kembali lagi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Dengan menggunakan teori strategi komunikasi dari Middleton. Dimana pada penelitian ini, penulis berusaha untuk menemukan beberapa pendekatan perencanaan komunikasi, yaitu pendekatan proses, sistem teknologis, ekonomis, dan evaluasi. Dalam pengumpulan data yang di butuhkan oleh penulis, maka teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara mendalam dengan 6 informan yang didalamnya terdapat informan ahli dan pendukung, yang dimana informan ahli ini ialah *Owner, General Manager, Marketing*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa inti dari kekuatan antara lain yaitu Lokasi yang strategis, produk berkualitas, produk menu yang beragam, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang ramah. Strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan membuka cabang yang baru, mengintensifkan promosi untuk konsumen, menjaga kualitas produk yang diwarkan, meningkatkan terus strategi komunikasi yang baik dengan konsumen, hingga menambahkan beberapa fasilitas seperti *toilet* dan *musholla* agar konsumen merasa nyaman dan mudah beribadah.

Kata Kunci: strategi komunikasi, ekonomis, evaluasi.

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "Communication Strategies for Consumers of Cafe Meet.Pot Bandung". The purpose of this research is to find out how Meet.Pot's communication strategy with consumers so that consumers can come back again.*

*The research method used is a qualitative research method. By using Middleton's theory of communication strategy. In this study, the author tries to find several approaches to communication planning, namely process approaches, technological systems, economics, and evaluation. In collecting the data needed by the author, the data collection technique is carried out through observation techniques and in-depth interviews with 6 informants in which there are expert informants and supporters, where these expert informants are the Owner, General Manager, Marketing.*

*Based on the dayl of the research, it shows that the core of the strength includes strategic location, quality products, diverse menu products, affordable prices, and friendly service. Strategies that can be applied are by opening new branches, intensifying promotions for consumers, maintaining the quality of the products offered, continuing to improve good communication strategies with consumers, and adding several facilities such as toilets and prayer rooms so that consumers feel comfortable and easy to worship.*

*Keywords: communication strategy, economics, evaluation.*

## **RINGKESAN**

*Ieu panalungtikan dijudulan “Strategi Komunikasi Konsumén Kafé Meet.Pot Bandung”.*

*Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha stratégi komunikasi Meet.Pot jeung konsumén sangkan konsumén bisa balik deui.*

*Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta métode panalungtikan kualitatif. Ku ngagunakeun téori strategi komunikasi Middleton. Dimana dina ieu panalungtikan, panulis nyoba manggihan sababaraha pendekatan perencanaan komunikasi, nya éta pendekatan prosés, sistem téhnologis, ékonomi, jeung évaluasi. Dina ngumpulkeun data anu dibutuhkeun ku panulis, téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan téhnik obsérvasi jeung wawancara mendalam ka 6 informan anu ngawengku informan ahli jeung informan pendukung, dimana ieu informan ahli nya éta Owner, General Manager, Marketing.*

*Dumasar data panalungtikan, nunjukeun yen kaunggulan inti ngawengku lokasi strategis, produk kualitas, produk menu rupa-rupa, harga affordable sarta layanan ramah. Stratégi anu bisa dilaksanakeun diantarana muka cabang anyar, inténsif promosi pikeun konsumén, ngajaga kualitas produk anu ditawarkeun, terus ngaronjatkeun strategi komunikasi alus jeung konsumén, sarta nambahan sababaraha fasilitas kayaning jamban jeung mushola sangkan konsumen betah tur gampang. ngadoa.*

*Kata Kunci: stratégi komunikasi, ékonomi, évaluasi.*