

Ngopi Sambil Melukis Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Hola Koffie Dalam Membangun *Brand Image*

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada *dala* Hola Koffie)

ABSTRAK

Kebiasaan yang tidak berubah dari setiap generasi ke generasi dikalangan anak muda adalah kebiasaan nongkrong atau hanya sekedar ngobrol di tempat yang nyaman diluar rumah. Aktifitas nongkrong tidak hanya sekedar ngobrol tetapi biasanya dibarengi dengan minum kopi. Seiring perubahan jaman, nongkrong pun mulai berubah dan butuh tempat yang nyaman, jika zaman dahulu dikenal dengan warung kopi, dizaman sekarang namanya menjadi *coffee shop* dan sebagainya. Untuk memenuhi kebutuhan tempat nongkrong, kini banyak bermunculan *coffee shop* tentunya target nya orang yang hobi nongkrong sekaligus penikmat kopi. Dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Hola Koffie dalam dalam membangun *brand image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Melalui proses analisis data penelitian menghasilkan perencanaan Ngopi Sambil Melukis sebagai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *coffee shop* Hola Koffie dalam membangun *brand image*, Hola Koffie melakukan berbagai strategi yang mendukung usahanya seperti mengeluarkan *experience* baru yaitu Ngopi Sambil Melukis dan memaksimalkan penggunaan media sosial Tiktok. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk Hola Koffie lebih sering mengadakan *event – event* dengan para seniman – seniman lokal Braga, karena dengan adanya hal tersebut dapat membuat seniman lokal Braga dan Hola Koffie dengan Ngopi Sambil Melukisnya dapat semakin dikenal oleh para pengunjung atau turis luar atau dalam negeri.

Kata Kunci : Hola Koffie, Ngopi Sambil Melukis, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Image*.

Painting While Having Coffee as a Marketing Communication Strategy by Hola Koffie in Building Brand Image

(A Qualitative Descriptive Study at Hola Koffie Coffee Shop)

ABSTRACT

Habits that have not change from generation to generation among young people are the habit of hanging out or just chatting in a comfortable place outside the home. Hanging out activities are not just chatting but are usually accompanied by drinking coffee. As the times changed, hanging out began to change and needed a comfortable place, if in the past it was know as a coffee shop, today it is called a coffee shop and so on. To meet the needs of place to hang out, now many coffee shops have sprung up, of course the target is people who like to hang out as well as coffee connoisseurs. By using the theory of marketing communication strategy. This study aims to determine the communication strategy used by Hola Koffie in building a brand image. This research uses a qualitative approach with a descriptive study method. Through the process of analyzing research data resulting in planning coffee while painting as a marketing communication strategy carried out by the coffee shop Hola Koffie in building a brand image, Hola Koffie carried out various strategies to support her business such as issuing a new experience, namely coffee while painting and maximizing the use of social media Tiktok. Recommendations for further research for Hola Koffie to hold more events with local braga artists, because with this it can make local Braga artists and Hola Koffie with Coffie while painting them more recognized by visitor foreign or domestic tourists.

Keywords: Hola Koffie, Painting While Having Coffee, Marketing Communication Strategy, Brand Image.