

ABSTRAK

Shofia Hizrotul Alawiyah 24071117062. Judul penelitian ini adalah: Strategi komunikasi Kopilogi Dalam Meningkatkan Konsumen Pada Masa Covid-19 (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Kopilogi Dalam Meningkatkan Konsumen Pada Masa Covid-19 Di Kabupaten Garut).

Kopilogi yaitu salah satu cafe yang letaknya berada di jalan Cikuray tepatnya di pertengahan Kota Garut dimana cafe adalah tempat berkumpulnya anak remaja, namun tentunya dalam kondisi pandemi pada saat ini banyak hambatan atau rintangan bagi kopilogi, peneliti ini membahas tentang bagaimana strategi yang di lakukan oleh Kopilogi dalam meningkatkan konsumen pada masa Covid-19, tujuan penelitian untuk mengetahui Perencanaan, Pelaksanaan, Kendala, Solusi dalam melakukan strategi komunikasi pada masa pandemic Covid-19 dengan menggunakan Teori Bauran komunikasi Pemasaran, Sifat penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan yang di lakukan melalui pendekatan Kualitatif.

Hasil dari penelitian yang di lakukan menunjukkan bahwa kopilogi telah melakukan Perencanaan, Pelaksanaan, Kendala dan Solusi. walaupun kendala yang di hadapi cenderung bersifat Eksternal, namun Strategi yang di lakukan tetap berjalan sesuai dengan yang di rencanakan dengan mengutamakan pemasaran melalui Media Sosial pada saat Covid-19.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi: Pelaksanaan: Media Sosial: Eksternal

ABSTRACT

Shofia Hizrotul Alawiyah 24071117062. The title of this research is: Copology communication strategy in increasing consumers during the Covid-19 period (Qualitative Descriptive Study on Copology Communication Strategy in Raising Consumers during the Covid-19 Period in Garut Regency).

Kopilogy is one of the cafes located on Cikuray street, precisely in the middle of Garut City where the cafe is a gathering place for teenagers, but of course in the current pandemic conditions there are many obstacles or obstacles for Kopilogy, this researcher discusses how the strategy is carried out by Kopilogi in increasing consumers during the Covid-19 period, the purpose of the research is to find out Planning, Implementation, Constraints, Solutions in carrying out communication strategies during the Covid-19 pandemic by using Marketing Communication Mix Theory. Qualitative.

The results of the research carried out show that the copilogy has carried out the Planning, Implementation, Constraints and Solutions. although the obstacles faced tend to be external, the strategy carried out continues as planned by prioritizing marketing through social media during Covid-19.

Keywords: Communication Strategy: Implementation: Social Media: External