

ABSTRAK

Muhammad Adhwa Eryasa

F1C019043

Universitas Jenderal Soedirman

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Studi Komunikasi Artifaktual sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Coffee Shop Sans Kafe Islamic Village Tangerang Jurusan Ilmu Komunikasi

Di era modern ini, bisnis kafe tidak hanya tentang penyajian makanan dan minuman berkualitas tinggi, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang unik dan menarik bagi pelanggan. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah melalui penerapan komunikasi artifaktual dalam bisnis kafe. Komunikasi artifaktual adalah pendekatan komunikasi yang menggunakan objek atau artefak untuk menyampaikan pesan, cerita, dan nilai-nilai tertentu kepada pelanggan. Komunikasi Artifaktual merupakan salah satu bentuk Komunikasi Nonverbal yang menyampaikan makna suatu komunikasi melalui artefak-artefak yang ada dalam suatu ruangan. Artefak yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Dekorasi Ruang, Warna, Pakaian & Aksesoris, Audio & Aroma serta Pencahayaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana artefak-artefak di dalam *coffee shop* berkontribusi sebagai strategi komunikasi pemasaran Sans Kafe menggunakan komunikasi artifaktual dalam bisnis *Coffee Shop* yang nantinya dapat meningkatkan daya beli serta citra merek/*brand* dari Sans Kafe melalui komunikasi artifaktual. Penelitian ini dilakukan di Sans Kafe. Adapun subjek penelitian terdiri dari Owner dan Manajer Sans Kafe serta untuk memberikan penjelasan lebih dalam terkait artefak-artefak yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua orang Ahli Komunikasi Visual. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari lima artefak tersebut hanya empat aspek artefak saja yang diyakini bisa mendatangkan pelanggan atau sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam bisnis *coffee shop*. Pakaian & Aksesoris barista Sans Kafe diyakini tidak menjadi hal yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran Sans Kafe.

Kata Kunci: Komunikasi Artifaktual, Strategi Komunikasi Pemasaran, Bisnis Café, Sans Kafe

ABSTRACT

Muhammad Adhwa Eryasa

F1C019043

**Studi Komunikasi Artifaktual
sebagai Strategi Komunikasi
Pemasaran pada Coffee Shop Sans
Kafe Islamic Village Tangerang**

Universitas Jenderal Soedirman

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik**

Jurusan Ilmu Komunikasi

In this modern era, the cafe business is not only about serving high-quality food and drinks, but also about creating a unique and exciting experience for customers. One way to achieve this is through the application of artifactual communication in the cafe business. Artifactual communication is a communication approach that uses objects or artifacts to convey certain messages, stories, and values to customers. Artifactual communication is a form of Nonverbal communication that conveys the meaning of a communication through the artifacts in a room. Artifacts used in this study include space decoration, color, Clothing & Accessories, Audio & Aroma and lighting. The purpose of this study was to determine how the artifacts in the coffee shop contribute as a marketing communication strategy Sans Cafe using artifaktual communication in the Coffee Shop business that will increase purchasing power and brand image/brand of Sans Cafe through communication artifaktual. The study was conducted in the cafe Sans. The subjects of the study consisted of the Owner and manager Sans Cafe and to provide a deeper explanation related artifacts used in this study using two Visual communication experts. Data collection was done by observation and in-depth interviews with descriptive methods. The results of this research show that of the five artifacts are only four aspects of the artifact alone is believed to be able to bring customers or as a marketing communication strategy in the coffee shop business. Clothing & accessories barista Sans Cafe is not believed to be the thing that is used as a marketing communication strategy Sans Cafe.

Keywords: *Artifactual Communication, Marketing Communication Strategy, Café Business, Sans Kafe*