

Rancangan program educoffee: meningkatkan brand awareness pada kafe dreezel coffee Bandung = Educoffee planning programme: increasing brand awareness on dreezel coffee cafe Bandung / Alwin Wistara Norman

Alwin Wistara Norman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423794&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan kafe di perkotaan besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya semakin meningkat di setiap tahunnya. Begitu juga dengan Kota Bandung, tercatat hingga tahun 2010 saja jumlah kafe meningkat hingga 493 kafe. Komoditas serta pasar penikmat kopi di Kota Bandung dimanfaatkan oleh beberapa pengusaha kafe seperti Dreezel Coffee yang baru saja buka pada awal tahun 2015. Namun, terhitung hingga akhir tahun, jumlah pengunjung tidak ada peningkatan yang signifikan, dengan rata-rata 50 pengunjung per harinya. Maka dari itu, untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang lebih banyak, perlu adanya sebuah program khusus yang dapat meningkatkan impresi khalayak target Dreezel Coffee, salah satunya dengan teknik marketing public relations melalui rancangan program Educoffee Dreezel Coffee.

Program tersebut meliputi dua kegiatan besar, yakni Share 2 Share, Vakansi di Kala Senja, serta dibantu dengan Media Promosi untuk menyebarkan informasi seluruh kegiatan Educoffee. Diharapkan, dengan program Educoffee tersebut, jumlah pengunjung dapat meningkat secara signifikan, baik di saat dimulainya program hingga setelah berakhirnya program sehingga memberikan impresi yang positif mengenai edukasi kopi terbaik di Kota Bandung.

<hr>

ABSTRACT

Cafe in large urban city such as Jakarta, Bandung, and Surabaya is increasing every year. Such in the city of Bandung, recorded until the year 2010 alone the number increased to 493 cafes. Commodities and markets coffee lovers in Bandung used by some entrepreneurs as Dreezel Coffee cafe that had just opened in early 2015. However, as of year-end, the number of visitors there is no significant improvement, with an average of 50 visitors per day. Therefore, to increase the number of visitors more, they need special program that can increase the target audience impressions Dreezel Coffee, one of them with the techniques of marketing public relations through the planning programme Educoffee Dreezel Coffee.

The program includes two major activities, namely Share 2 Share, Vakansi di Kala Senja, and assisted with the Media Campaign to disseminate information on all activities Educoffee. Hopefully, with the Educoffee program, the number of visitors can be increased significantly, both at the beginning of the program until after the end of the program so as to provide a positive impression about the education of the best coffee in the city of Bandung.