

ABSTRAK

Fenomena pergeseran fungsi *coffee shop* sebagai tempat kerja telah menjadi tren *urban culture*, termasuk di kota-kota kecil seperti Tulungagung. Forestthree Coffee sebagai salah satu *coffee shop* di Tulungagung tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang produktif bagi pekerja kreatif, freelancer, dan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya komunikasi pemasaran *coffee shop* Forestthree di Tulungagung dalam mendorong *urban culture work from café*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada manajer dan pelanggan Forestthree Coffee serta dokumentasi konten media sosial yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Forestthree Coffee dapat memanfaatkan berbagai strategi komunikasi pemasaran, seperti iklan melalui sponsor acara, promosi penjualan melalui diskon dan voucher, serta sosial media marketing melalui platform Instagram untuk menjangkau konsumen. Selain itu, mereka juga menggunakan strategi personal selling dengan melibatkan karyawan untuk mempromosikan menu baru secara langsung. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola *coffee shop* untuk memanfaatkan media sosial dan promosi yang relevan dalam mendukung budaya kerja fleksibel (*Work From Café*) serta menjaga dan memperkuat hubungan baik dengan masyarakat.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Coffee Shop*, *work from café*

ABSTRACT

The phenomenon of shifting the function of coffee shops as workplaces has become an urban culture trend, including in small cities such as Tulungagung. Foresthree Coffee as one of the coffee shops in Tulungagung not only functions as a place to enjoy coffee, but also as a productive space for creative workers, freelancers, and students. This research aims to explain the marketing communication efforts of Foresthree coffee shop in Tulungagung in encouraging urban culture work from café. This research uses a descriptive qualitative approach by conducting in-depth interviews with Foresthree Coffee managers and customers as well as documentation of social media content used in marketing communication. The results show that Foresthree Coffee can utilize various marketing communication strategies, such as advertising through event sponsorship, sales promotion through discounts and vouchers, and social media marketing through the Instagram platform to reach consumers. In addition, they also use personal selling strategies by involving employees to promote new menus directly. This research provides insights for coffee shop managers to utilize social media and relevant promotions to support a flexible work culture (Work From Café) and maintain and strengthen good relations with the community.

Keywords: Marketing Communication, Coffee Shop, Work From Café.

خلاصة

لقد أصبحت ظاهرة تحويل وظيفة المقاهي كأماكن عمل اتجاهًا ثقافياً حضرياً، بما في ذلك في المدن الصغيرة مثل تولونغاجونغ. لا يعمل مقهى فوريسست هري كواحد من المقاهي في تولونغاجونغ كمكان للاستمتاع بالقهوة فحسب، بل أيضاً كمكان إنتاجي للعاملين المبدعين وأصحاب الأعمال الحرة والطلاب. يهدف هذا البحث إلى شرح جهود الاتصالات التسويقية لمقهى فوريسستري في تولونجاجونغ في تشجيع العمل الثقافي الحضري من المقهى. يستخدم هذا البحث منهجاً وصفيًا نوعيًا من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مديري مقهى فوريسست هري والعلماء بالإضافة إلى توثيق محتوى وسائل التواصل الاجتماعي المستخدم في الاتصالات التسويقية. تُظهر النتائج أن مقهى فوريسست هري كوفي يمكنه استخدام استراتيجيات اتصال تسويقية مختلفة، مثل الإعلان من خلال رعاية الفعاليات، وترويج المبيعات من خلال الخصومات والقسائم، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منصة إنستغرام للوصول إلى المستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، يستخدمون أيضاً استراتيجيات البيع الشخصي من خلال إشراك الموظفين للترويج لقوائم الطعام الجديدة مباشرةً. يقدم هذا البحث رؤى لمديري المقاهي للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والعروض الترويجية ذات الصلة لدعم ثقافة العمل المرنة (العمل من المقهى) والحفاظ على العلاقات الجيدة مع المجتمع وتعزيزها.

الكلمات المفتاحية: الاتصالات التسويقية، المقهى، العمل من المقهى، العمل من المقهى