

ABSTRAK

Coffee Shop area 217 merupakan sebuah area terbuka yang berbentuk *one stop shop*. *Coffee Shop* area 217 menyediakan berbagai macam menu mulai dari *coffee, non-coffee* dan jajanan di setiap *tenant*. Strategi *Coffee Shop* area 217 dalam membangun *brand image* yaitu dengan melakukan aktivitas melalui komunikasi pelanggan yang dilakukan bersama komunitas. *Kegiatan* yang dilakukan pada *Coffee Shop* area 217 ialah membuat *event* rutin pada komunitas seperti melakukan *running* pagi dan menjadikan *Coffee Shop* area 217 sebagai titik *start & finish*. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui aktivitas komunikasi pelanggan dalam membangun *brand image* *Coffee Shop* area 217. Penelitian ini didukung dengan konsep *public relations*, komunikasi pelanggan, serta *brand image*. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, wawancara, dan studi pustaka, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan melibatkan Annisa Aprilia selaku informan kunci, Roosnelly Wahyuning Setiotirin selaku informan ahli, Aldira Raif Fahalan, Bindi Fishar dan Tasya selaku Informan Pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* yang dibangun *Coffee Shop* area 217 dalam melakukan aktivitas komunikasi pelanggan dengan melalui tiga tahapan, yaitu Perencanaan (melakukan aktivasi perencanaan kegiatan di setiap bulan agar peningkatan konsumen dapat lebih terukur), Aksi dan Komunikasi (melakukan komunikasi dua arah dan follow-up komunitas untuk menjaga hubungan baik), dan Evaluasi (melakukan survey kepuasan pelanggan)

Kata kunci: *brand image; coffee shop area 217; komunikasi pelanggan; public relations*