

ABSTRAK

Kaikana Kafe and Kitchen merupakan salah satu kedai kopi yang di Kota Bogor, Jawa Barat. Kedai kopi ini mengusung konsep yang menawarkan tempat yang mengutamakan kenyamanan agar pengunjungnya dapat merasa seperti berada di rumah. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari objek yang dapat diamati pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistic. Kaikana melakukan strategi dengan beberapa indikator yang dikaji menggunakan teori Cangara (2013). Berdasarkan data yang ditampilkan, Kaikana melalui proses tersebut dengan berbagai macam metode. Seperti pada proses Seleksi dan Penggunaan Komunikator Kaikana melakukan hiring SDM yang terbiasa menjadi komunikator dalam sebuah konten. Proses penentuan audiens sasaran, Kaikana melalui pengunjung yang datang ke Kaikana Kafe and Kitchen dan melihat engagement yang didapatkan pada media sosial Instagram. Pada tahap penyusunan pesan, Kaikana melakukan penyusunan berdasarkan konten yang direncanakan untuk dipublikasikan. Tahap terakhir, Kaikana melakukan seleksi media komunikasi dengan melihat media komunikasi mana yang paling strategis untuk mereka gunakan sebagai media komunikasi. Berdasarkan penelitian ini peneliti menyarankan agar Kaikana bisa memaksimalkan sosial media lainnya, saat ini media komunikasi digital sangatlah beragam, dengan itu akan lebih baik apabila Kaikana menggunakan lebih banyak lagi media komunikasi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Media Sosial, Komunikator