

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

### ABSTRAK

(A) CLARA YULIANITA (915150175)

(B) MAJEMEN PERIKLANAN *CAFE LA FELLAS* DALAM MEMBANGUN  
*BRAND IMAGE*

(C) xiv + 49 halaman, 2019, 1 tabel, 9 gambar, 5 lampiran

(D) *ADVERTISING*

Abstrak:

Perkembangan bisnis *cafe* di Indonesia saat ini sangat pesat. Banyak bermunculan para pelaku bisnis yang membuka usaha *cafe* dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen periklanan *cafe* La Fellas dalam membangun *brand image*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen periklanan dan teori *brand image*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh yaitu dengan wawancara tidak terstruktur dan observasi. Narasumber yang diwawancarai pada penelitian ini adalah pemilik *cafe*, manajer *cafe* dan konsumen *cafe*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media periklanan yang digunakan oleh *cafe* La Fellas yaitu dengan menggunakan media sosial instagram, bekerja sama dengan aplikasi zomato dan pergikuliner karena sangat mudah digunakan dan gratis. Kemudian sangat terbantu oleh jasa *food blogger* yang mengiklankan makanan *cafe* ini.

Kata Kunci: Periklanan, Manajemen Periklanan, *Brand Image*

(E) DAFTAR PUSTAKA (2003-2017)

(F) H.H Daniel Tamburian, S.Sos., M. Si.