

ABSTRAK

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana strategi pesan yang dilakukan oleh komunitas Serang Ngopi dalam mengenalkan biji kopi arabika Tegallumbu sebagai biji kopi khas Banten. Banten awalnya hanya dikenal memiliki biji kopi Robusta, pada tahun 2017 salah satu komunitas pecinta kopi dari daerah Serang menemukan kebun kopi Arabika di daerah Lebak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pesan yang dilakukan oleh komunitas Serang Ngopi menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma Interpretif. Pengambilan data melalui wawancara dan teknik keabsahan data menggunakan metode triangulasi.

Dalam melakukan strategi pesan, yang dilakukan pertama kali oleh komunitas Serang Ngopi adalah menentukan target pasar sasaran, pasar sasaran dari komunitas Serang Ngopi ini adalah pelaku di bidang Industri Kopi Banten dan Masyarakat Banten. Kemudian, isi pesan komunikasi yang diberikan oleh komunitas Serang Ngopi yaitu berupa informasi terkait pengenalan biji kopi Tegallumbu yang berasal dari daerah Banten, dan juga informasi-informasi lainnya terkait biji kopi Tegallumbu. Lalu dalam strategi pesan kreatif yang dilakukan oleh komunitas Serang Ngopi yaitu mengadakan *Campaign* dan *Event* terkait pengenalan biji kopi Tegallumbu. Dalam bentuk strategi pesan untuk daya tarik rasional yaitu Serang Ngopi sebagai komunitas pecinta kopi yang mengenalkan biji kopi Tegallumbu, dan daya tarik Emosionalnya yaitu biji kopi Tegallumbu merupakan biji kopi khas Banten.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi Pesan, Strategi Pesan Kreatif