

ABSTRAK

Djendelo Koffie merupakan sebuah kafe di Yogyakarta yang mempunyai konsep *interior* unik yaitu menggunakan bangunan Jawa jaman dulu. Disamping itu Djendelo Koffie menyediakan *menu ice cream*, cokelat, dan kopi sebagai *menu* andalanya. Fenomena sosial media yang semakin banyak digunakan oleh masyarakat, menjadikan proses marketing bergeser menggunakan sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *social media marketing twitter* Djendelo Koffie (@djendelokoffie) pada acara “*Freedom Of Nggambleh*” komunitas *stand up comedy* Jogja (@standupindojg) dalam meningkatkan *brand awareness*. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data diperoleh dari wawancara dengan narasumber, observasi dilapangan, dan studi pustaka. Hasil penelitian ditemukan bahwa peran *social media marketing twitter stand up comedy* Jogja cukup efektif untuk meningkatkan *brand awareness*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penonton atau konsumen yang datang ke Djendelo Koffie saat acara “*freedom of nggambleh*” setiap hari jumat malam. Serta dalam meningkatkan *brand awareness*, Djendelo Koffie dijadikan *ticket box* oleh komunitas *stand up comedy* Jogja setiap ada event *stand up show* seperti contoh Pandji Pragiwaksono. Acara “*freedom of nggambleh*” juga memiliki kendala yaitu terkadang tidak sebandingnya penonton yang datang dengan jumlah orderan pada hari-hari tertentu.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Twitter, Djendelo Koffie, Brand Awareness*

ABSTRACT

Djendelo Koffie is a cafe in Yogyakarta which has a unique interior concept is using building Javanese. Djendelo Koffie provides a menu of ice cream, chocolate, and coffee as best menu. The phenomenon of social media are increasingly used by the public, making the process of people to use social media marketing. This research purpose is to know the role of social media marketing twitter Djendelo Koffie (@djendelokoffie) on event "Freedom Of Nggambleh" Jogja stand up comedy community (@standupindojg) in terms to promote brand awareness. The research is quantitative method. Using interviews with informants, observations, and literature study. The result of this study is the role of social media marketing twitter stand up comedy Jogja is effective to increase brand awareness. It can be seen from the many consumers come to Djendelo Koffie during the event "freedom of nggambleh" every Friday night. To increasing brand awareness, Jogja stand up comedy community made Djendelo Koffie to be ticket box for stand up comedy show, for example Pandji Pragiwaksono show. Freedom of nggambleh also has a constraint that is sometimes not match the number of costumers who came to orders on certain days.

Keywords : Social Media Marketing, twitter, Djendelo Koffie, Brand Awareness