



***STORE ATMOSPHERE* SEBAGAI MEDIA UNTUK
MEMBANGUN *ENGAGEMENT* DENGAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS *EATIME STORIES CAFÉ* GROGOL 2023)**

SKRIPSI

Disusun oleh:

Celviana Anjellia

44320010011

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023



***STORE ATMOSPHERE* SEBAGAI MEDIA UNTUK
MEMBANGUN *ENGAGEMENT* DENGAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS *EATIME STORIES CAFÉ GROGOL 2023*)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*

Disusun oleh:

Celviana Anjellia

44320010011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celviana Anjellia

NIM : 44320010011

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : *Store Atmosphere* Sebagai Media Untuk Membangun *Engagement* (Studi Kasus Eatime Stories Café Grogol 2023)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 2 Januari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Celviana Anjellia

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh:

Nama : Celviana Anjellia

NIM : 44320010011

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : *Store Atmosphere* Sebagai Media Untuk Membangun *Engagement* (Studi Kasus Eatime Stories Café Grogol 2023)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1: Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

NIDN : 0312046707

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN : 0318116602

Jakarta, 2 Januari 2023

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Store Atmosphere Sebagai Media Untuk Membangun Engagement Dengan Pengunjung (Studi Kasus Eatime Stories Café Grogol 2023)*” yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing dari penulis, yang telah memberikan dukungan, dan bimbingan untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Ibu Melly Ridaryanthi M.Soc.Sc, Ph.D selaku Ketua sidang dan dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran pada penelitian ini.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Kedua orang tua penulis, Sumardi (ayah) dan juga Suparti (ibu), yang telah memberikan dukungan, dan kasih sayang, sehingga dapat menjadi motivasi yang luar biasa bagi penulis.
6. Bapak Dandy Saputro Mulyo selaku Manajer Eatime Stories, yang telah membantu untuk memberikan informasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

7. Sahabat penulis tercinta, Adella Putri Angelina, Dewi Amanda, Ismu Nida Fadila, dan Zahra Putri Bahtira, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan selalu kebersamai penulis.
8. Rayza Dias Kurniawan tercinta, yang telah memberikan dukungan, dan menjadi tempat berkeluh kesah bagi penulis.
9. Marvel Nathan Adrian sepupu tercinta, yang telah memberikan ragam warna dalam kehidupan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Proposal Skripsi ini memiliki berbagai kekurangan, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan bagi penulis, untuk perbaikan penulisan pada masa mendatang. Akhir kata, diharapkan Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.



Jakarta, 2 Januari 2023

UNIVERSIT Celviana Anjellia
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celviana Anjellia

NIM : 44320010011

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : *Store Atmosphere* Sebagai Media Untuk Membangun *Engagement* (Studi Kasus Eatime Stories Café Grogol 2023)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Januari 2023



Celviana Anjellia

ABSTRAK

Nama : Celviana Anjellia

NIM : 44320010011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : *Store Atmosphere* Sebagai Media Untuk Membangun *Engagement* (Studi Kasus Eatime Stories *Café* Grogol 2023)

Sebuah *engagement* sangat diperlukan untuk membangun sebuah bisnis, pengelolaan *store atmosphere* menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk membangun hubungan yang baik dengan pengunjung. Eatime Stories menjadi kafe dengan konsep yang unik dan memperhatikan *store atmosphere* pada tata kelolanya. Tujuan penelitian untuk membahas *store atmosphere* sebagai media untuk membangun *engagement* berdasarkan elemen exterior dan interior. Metode penelitian deskriptif dengan teknik analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Manajer dan lima pengunjung dengan minimal melakukan dua kali kunjungan. Hasil penelitian, elemen *exterior* memperoleh tanggapan yang lebih baik dari interior. Namun jika secara keseluruhan kedua elemen sudah baik dan memberikan kenyamanan, kecuali pada *Visibility*, *Width Of Aisle*, dan *Temperature*. Di kafe ini ditemukan berbagai keunikan dari segi bangunan konsep, suasana, dan pelayanan yang ramah. Sehingga, saran yang diberikan yaitu, memperluas pemasaran yang dilakukan dengan menambah papan nama memperluas lorong, mengatur suhu ruang, dan memeriksa barcode menu. Untuk segi pemasaran yang dilakukan masih perlu dilakukan peningkatan interaksi pada akun media sosial.

Kata kunci: *Store atmosphere, engagement, kafe, interior, exterior*

ABSTRACT

Name : Celviana Anjellia

NIM : 44320010011

Study Program : *Communication Science*

Title Thesis : *Store Atmosphere as a Medium for Building Engagement (Eatime Stories Cfe Grogogol 2023)*

Counsellor : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Engagement is very necessary to build a business, managing store atmosphere is one of the efforts that can be made to build good relationships with visitors. Eatime Stories is a cafe with a unique concept and pays attention to store atmosphere in its management. The research purposes to discuss store atmosphere as a medium for building engagement based on exterior and interior elements. Descriptive research method with qualitative analysis techniques. Data collection techniques were obtained from interviews, observations and documentation. Interviews were conducted with the Manager and five visitors with a minimum of two visits. The results of the research showed that the exterior elements received a better response than the interior. However, overall both elements are good and provide comfort, except for Visibility, Widht Of Aisle, and Temperature. In this cafe you can find various unique things in terms of building concept, atmosphere and friendly service. So, the advice given is to expand marketing by adding signboards, expanding aisles, adjusting room temperature, and checking menu barcodes. In terms of marketing, there is still a need to increase interaction on social media accounts.

Keywords: *Store atmosphere, engagement, café, interior, exterior*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	21
2.3 Store Atmosphere.....	21
2.3.1 Elemen Store Atmosphere.....	22
2.4 Media Baru.....	25
2.4.1 Media Sosial.....	25
2.4.2 Instagram.....	26

2.2.5 <i>Engagement</i>	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34
BAB IV	36
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Sejarah Eatime Stories	36
3.6.4 Struktur Eatime Stories	38
3.6.5 Aktivitas Perusahaan.....	38
4.2 Penyajian hasil penelitian.....	39
4.3 Pembahasan.....	51
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 210 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia... 1	
Gambar 1. 3 Instagram Users In Indonesia January 2023	6
Gambar 1. 4 Struktur Organisasi Eatime Stories	38



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan Pada Google Review Eatime Stories	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Surat perizinan wawancara Eatime Stories	67
Lampiran. 2 Draft Wawancara	68
Lampiran. 3 Transcript Wawancara Manajer Eatime Stories	70
Lampiran. 4 Transcript Wawancara bersama Pengunjung Eatime Stories Vinkan Virgiani Puteri.....	72
Lampiran. 5 Transcript Wawancara bersama Pengunjung Eatime Stories Nia Rahmadhani.....	75
Lampiran. 6 Transcript Wawancara bersama Pengunjung Eatime Stories Jessica	76
Lampiran. 7 Transcript Wawancara bersama Pengunjung Eatime Stories Owen	77
Lampiran. 8 Transcript Wawancara bersama Pengunjung Eatime Stories Adit...	79
Lampiran. 9 Dokumentasi.....	81
Lampiran. 10 Curriculum Vitae	83

