

## 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