

***ATMOSPHERE STORE* SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG KOPI
KLOTOK**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh

Petrus Nolascus Bagas Abhiyasa

14 09 05458 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN
***ATMOSPHERE STORE* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI**
PEMASARAN WARUNG KOPI KLOTOK
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

PETRUS NOLASCUS BAGAS ABHIYASA

NPM: 140905458 / KOM

Disetujui Oleh:



Ina Nur Ratriyana, M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Atmosphere Store Sebagai Strategi Komunikasi
Pemasaran Warung Kopi Klotok
Penyusun : Petrus Nolascus Bagas Abhiyasa
NIM : 14 09 05458

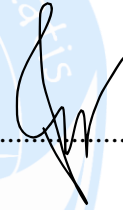
Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada,

Hari/Tanggal : 31 Mei 2021
Pukul : 13.00
Tempat : Zoom Meeting

Tim Penguji

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama



Ina Nur Ratriyana, M.A.

Penguji I



Rebekka Rismayanti, M.A.

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Petrus Nolascus Bagas Abhiyasa

Nomor Mahasiswa : 140905458

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Skripsi : *Atmosphere Store* Sebagai Strategi Komunikasi
Pemasaran Warung Kopi Klotok

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil kerja orang lain ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis akhir saya secara orisinal dan otentik.

Apabila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan/ kesarjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Saya yang menyatakan,

Petrus Nolascus Bagas Abhiyasa

PETRUS NOLASCUS BAGAS ABHIYASA

No. Mhs: 140905458/KOM

***Atmosphere Store* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Kopi Klotok**

ABSTRAK

Sebuah tempat usaha harus dapat membentuk suasana yang terencana yang sesuai dengan pasar sarasannya dan yang dapat membuat konsumen tertarik untuk datang dan melakukan pembelian. Untuk menarik konsumennya, Warung Kopi Klotok mengaplikasikan konsep budaya Tradisional Jawa, konsep tersebut bisa dilihat dan dirasakan secara langsung oleh konsumen ketika berada didalamnya. Bangunan joglo khas rumah tradisional Jawa Tengah menjadi daya tarik bagi warung itu

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori strategi komunikasi pemasaran, marketing mix 4C dan teori *atmosphere store*. Untuk pencarian data, penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang menggunakan model Miles dan Huberman. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana *atmosphere store* yang dibangun oleh Warung Kopi Klotok menjadi bagian dari strategi komunikasi pemasaran mereka.

Warung Kopi Klotok berupaya menggunakan *atmosphere store* untuk memunculkan dan memperkuat kesan tradisional yang ingin mereka hadirkan pada tempat usaha mereka. Mereka melakukan hal tersebut dengan sangat teliti dan memperhitungkan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menghadirkan kesan tersebut agar konsumen dapat menangkap kesan yang di inginkan oleh Warung Kopi Klotok.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Atmosphere Store, Warung Kopi Klotok

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini aku persembahkan kepada:

Seluruh keluarga terlebih untuk Bapak di surga, Ibu, Kakak, serta seluruh sahabat dan dia yang telah mendukung peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

“every wound will shape me, every scar will build my throne”

-Bring Me The Horizon-

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang telah diberikan, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul *Atmosphere Store* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Kopi Klotok untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran dan dukungan banyak pihak yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan doa. Peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Hyacinthus Dwi Cahyono yang selalu mendoakan saya dari Surga dan Ibu Theresia Retno Susiati yang tidak pernah henti hentinya memberikan semangat dan doa kepada saya. Kedua kakak saya, Mas Adi dan Mbak Winda yang selalu mengajarkan untuk selalu semangat dalam mengerjakan sesuatu.
2. Mbak Ina Nur Ratriyana, MA yang berkenan menjadi pembimbing skripsi. Serta selalu memberikan dukungan dan saran yang sangat membantu saya dalam proses pengerjaannya.
3. Ibu Halida selaku Manajer Warung Kopi Klotok dan Ibu Prita selaku Supervisor Warung Kopi Klotok yang dengan rendah hati telah bersedia membantu dalam proses penulisan skripsi,
4. Brengsek Family (Ambon, Abi, Bagus, Bramskoy, Bara, Kiki, Greg, Antok, Yuli, Sivit, Yopal, Dhemi, Dolfi, Danu, Nyamuk), Beo Squad (Josua, Tom, Teni, Bayat, Teo) yang selalu mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Team EngageMedia yang memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Petrus Nolascus Bagas Abhiyasa

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Bagan	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Akademis.....	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	7
a. Marketing Mix	9
2. Atmosphere Store	11
F. Kerangka Konsep	18

G. Metodologi	21
G.1. Metode	21
G.2. Jenis Penelitian	21
1. Objek dan Subjek Penelitian	22
a. Objek Penelitian	22
b. Subjek Penelitian	22
2. Teknik Pengumpulan Data	22
3. Jenis Data	23
a. Data Primer	23
b. Data Sekunder	24
1. Studi Pustaka	24
4. Tehnik Analisis Data	24
a. Pengumpulan Data	25
b. Reduksi Data	25
c. Proses Penyajian Data	26
d. Proses Menarik Kesimpulan	26
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	27
A. Warung Kopi Klotok Pakem	27
B. Jobdesk di Warung Kopi Klotok	30
C. Narasumber Penelitian	30
1. Manajer	31
2. Supervisor	31

BAB III TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA	33
A. Hasil Temuan Data.....	34
A.1. Tahapan komunikasi pemasaran Warung Kopi Klotok.....	34
A.2. Atmosphere Store Warung Kopi Klotok	44
B. Analisis Hasil Penelitian	65
B.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	65
B.2. Atmosphere Store Warung Kopi Klotok	72
BAB IV PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91
INTERVIEW GUIDE	91
TRANSKRIP WAWANCARA	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Exterior cafe	12
Gambar 2. Interior cafe	13
Gambar 3. Layout cafe	13
Gambar 4. Display cafe.....	14
Gambar 5. Foto exterior Warung Kopi Klotok	28
Gambar 6. Foto interior Warung Kopi Klotok.....	29
Gambar 7. Foto dekorasi Warung Kopi Klotok	29
Gambar 8. (Kiri) Tungku yang menggunakan bahan bakar kayu, (Tengah) Amben yang digunakan untuk meletakkan perlengkapan makan dan bahan masakan, (Kanan) Meja dan kursi antik.....	36
Gambar 9. (Kiri) Foto Joglo tampak luar, dan (Kanan) Foto Joglo tampak dalam	37
Gambar 10. (Kiri)Foto pisang goreng Warung Kopi Klotok, dan (Kanan) Tempat penggorengan pisang.....	38
Gambar 11. Foto daftar menu dan harga Warung Kopi Klotok.....	39
Gambar 12. Foto punggawa yang sedang bertugas.....	42
Gambar 13. Foto lingkungan Warung Kopi Klotok yang bersebelahan dengan sawah dan banyak pepohonan	45
Gambar 14. Foto Sawah di samping Warung Kopi Klotok	46
Gambar 15. Foto lahan parkir di Warung Kopi Klotok	47
Gambar 16. Foto jenis lantai tegel di Warung Kopi Klotok	49

Gambar 17. Foto pencahayaan dalam ruangan Warung Kopi Klotok dan warna yang digunakan pada bagian interior	50
Gambar 18. Foto tungku bahan bakar kayu	51
Gambar 19. Foto dekorasi yang digunakan oleh Warung Kopi Klotok	52
Gambar 20. (Atas) Foto dinding bagian luar dan (Bawah) Foto dinding bagian dalam Warung Kopi Klotok	53
Gambar 21. Foto sawah disebelah Warung Kopi Klotok	54
Gambar 22. Foto Lorong yang digunakan konsumen untuk mengantri makan, dan hiasan dinding yang dipasang di lorong tersebut	55
Gambar 23. Foto VCD player di Warung Kopi Klotok.....	57
Gambar 24. Foto penerapan protokol kesehatan di Warung Kopi Klotok.....	58
Gambar 25. Desain denah ruangan Warung Kopi Klotok dulu dan sekarang	60
Gambar 26. (Kiri) Foto lampu minyak, dan(Tengah) Foto radio jadul, dan (Kanan) Kursi dan meja antic.....	61
Gambar 27. (Kiri) Foto kegiatan dan kesan yang didapatkan oleh komunitas BMW MC Jakarta di Warung Kopi Klotok, dan (Kanan) Kesan yang diberikan oleh Ryan Dmasiv ketika berkunjung ke Warung Kopi Klotok	70
Gambar 28. (Kiri) Foto Punggawa bagian pengecekan suhu badan dan (Kanan) Petugas Punggawa yang sedang mengarahkan konsumen untuk menjaga jarak ketika sedang mengantri makan	71
Gambar 29. (Kiri) Konsumen yang mengantri sesuai dengan tanda jaga jarak yang ada di lantai, (Tengah) Plastik yang digunakan oleh konsumen untuk mengambil	

makan, dan (Kanan) Tempat cuci tangan sebelum masuk ke Warung Kopi Klotok
.....72

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Bagan Alur Pemikiran Penelitian.....	22
---	----