

**IMPLEMENTASI *STORYTELLING* MELALUI  
*CONTENT MARKETING* PADA MEREK NOESA  
DALAM MENGGOMUNIKASIKAN *BRAND*  
*ELEMENTS***



SKRIPSI

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

Oleh:

**ANNA AGVAL SUCI RIKMA RATRI**

**160906109 / KOM**

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

2021

## HALAMAN PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI *STORYTELLING* MELALUI *CONTENT MARKETING* PADA  
MEREK NOESA DALAM MENKOMUNIKASIKAN *BRAND ELEMENTS*

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

ANNA AGVAL SUCI RIKMA RATRI

160906109 / KOM

disetujui oleh :



Ign. Agus Putranto. M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi *Storytelling* Melalui *Content Marketing* Pada Merek Noesa Dalam Mengkomunikasikan *Brand Elements*

Penyusun : Anna Agval Suci Rikma Ratri

NPM : 160906109

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 7 Juli 2021

Pukul : 13:00 WIB

Tempat : *Zoom Meeting*

### TIM PENGUJI

**Ign. Agus Putranto, 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 : Anna Agval Suci Rikma Ratri

NPM : 160906109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi *Storytelling* Melalui *Content Marketing* Pada Merek Noesa  
Dalam Mengkomunikasikan *Brand Elements*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 30 Juni 2021

Saya yang menyatakan,


Anna Agval Suci Rikma Ratri

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini dipersembahkan untuk alam semesta dan seisinya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas petunjuk dan penyertaan Nya hingga akhirnya skripsi saya bisa selesai. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan semangat dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah membantu dan menyemangati saya, yaitu:

1. First and foremost, I would like to appreciate myself telah berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan pencarian teori yang dari hulu ke hilir, melawan rasa takut dan malas. You did it Rik!
2. Bapak Yadi, Ibu Patmi, bontotku Cheri dan keluarga besar lainnya yang telah sabar menantikan selesainya skripsi saya ini.
3. Pak Agus, selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar mengarahkan penyusunan skripsi dan sangat membantu pengerjaan.
4. Kepada Enjela yang telah membantu dengan sigap 24x7 atas semua benang merah dikepalaku, buat Gloria yang sudah menemani segala macam ketidaktahuan yang kita lalui bersama, untuk Za yang membantuku dalam segala struktur penulisan ini dan mengantarkanku pada penelitian awal di Temanggung, serta Tessa yang bersedia berjam-jam memberikan *brainstorming* untukku, juga Ebak yang tidak luput menemani ketakutanku hingga tersedu-sedu bersama.
5. Terima kasih kepada semua pihak sejawat seperjuangan Ilmu Komunikasiku, one and only sobat Wine Wine Solutions, Tessa, Rayu, Kaka, Gloria dalam memberikan saran, berdiskusi serta Celine dan David yang ikut serta menanamkan semangat 45 atas skripsi ini. Buat Leo, Gatot, Yudhis yang menemani masa kuliahku jadi lebih berwarna.

6. Kepada gerombolan pihak Istri Soleha, Ayak, Bangkat, Cites, Ria, Enjel yang tidak pernah absen untuk mengeluarkan kata-kata semangat atas selesainya skripsiku.
7. Sahabat-sahabatku KK Comp, Andin, Nadya, Bacin, Gitong, Ebak yang tidak pernah meragukan atas kapan selesainya skripsiku ini, terima kasih sobat.
8. Terima kasih juga buat yang selalu naikin *mood* dan meredakan kegelisahan skripsiku, Alvin, selalu sabar dalam beberapa bulan ini menangani *mood* ku yang super tidak jelas <3.
9. Semua pihak yang membantu saya dalam menyelesaikan masa perkuliahan saya di FISIP UAJY, hingga teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Sedih sekali harus melalui jalur *corona* ini. Tapi tetap semangat ya.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun harapannya agar skripsi ini bisa bermanfaat. Terima kasih.

With love,  
Rikma

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi *storytelling* melalui *content marketing* pada merek Noesa dalam mengkomunikasikan *brand elements*. Melalui penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama mengenai *storytelling* dan *content marketing* pada merek lokal dalam menyampaikan informasinya dan kaitannya dalam *brand elements* sebagai bentuk gabungan cerita dan visual merek.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pengambilan data utamanya menggunakan wawancara. Penulis menyiapkan pertanyaan wawancara yang diajukan melalui Google Meet, telfon, serta dokumentasi Instagram dan Website. Objek penelitian menggunakan *brand* lokal yaitu Noesa yang berlokasi di Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa Noesa menggunakan cerita perjalanan menemukan kain tenun ikat Flores yang diimplementasikan dengan *storytelling* melalui *content marketing* secara desain dalam *feeds* Instagramnya berperan dalam mengkomunikasikan budaya tenun ikat Nusa Tenggara Timur, yang justru *brand elements* bukan menjadi poin utama bagi Noesa untuk mengkomunikasikannya.

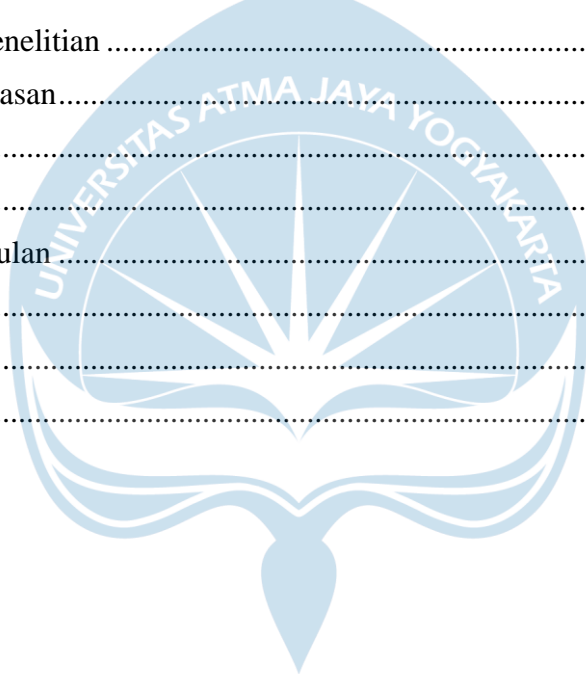
**Kata Kunci:** Implementasi, *Storytelling*, *Content Marketing*, *Brand Elements*



## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Persembahan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Bagan .....	xii
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. Implementasi Storytelling melalui Content Marketing.....	11
2. Storytelling dan Teori Paradigma Naratif .....	19
3. Brand elements .....	23
F. Kerangka Konsep.....	30
G. Metodologi Penelitian .....	32
1. Jenis penelitian .....	32
2. Subjek Penelitian.....	33
3. Objek Penelitian .....	33
4. Teknik Pengumpulan Data .....	33
4. Teknik Analisis Data .....	34
5. Teknik Keabsahan Data.....	35
BAB II.....	37
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	37

A. Sejarah Noesa.....	37
B. Logo .....	38
C. Visi dan Misi Noesa.....	39
D. Produk .....	40
E. <i>Partner</i> .....	44
F. Bagan Struktur Organisasi .....	45
H. Website Noesa.....	47
BAB III .....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan.....	64
BAB IV .....	90
PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	90
Daftar Pustaka .....	93
LAMPIRAN.....	98



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram of Content Marketing Success.....	3
Gambar 1. 2 Beberapa konten Noesa pada website .....	7
Gambar 1. 3 Konten Noesa di Instagram .....	8
Gambar 1. 4 Konten Noesa mengenai Red Salive .....	8
Gambar 1. 5 Komponen dalam konten .....	13
Gambar 1. 6 Persona Identification.....	16
Gambar 2. 1 Logo Noesa .....	39
Gambar 2. 2 Kategori Noesa.....	40
Gambar 2. 3 Kategori Noesa.....	41
Gambar 2. 4 Kategori Noesa.....	41
Gambar 2. 5 Kategori Noesa.....	41
Gambar 2. 6 Kategori Noesa.....	42
Gambar 2. 7 Kategori Noesa.....	43
Gambar 2. 8 Kategori Noesa.....	43
Gambar 2. 9 Kategori Noesa.....	44
Gambar 2. 10 Penenun Noesa .....	45
Gambar 2. 11 Profile Instagram Noesa.....	47
Gambar 2. 12 Unggahan Noesa di Instagram .....	47
Gambar 2. 13 Homepage Website Noesa .....	47
Gambar 3. 1 Logo Noesa .....	61
Gambar 3. 2 Tagline Noesa.....	62
Gambar 3. 3 Kolaborasi sebagai bentuk Art yang diangkatnya menjadi tagline Noesa.....	62
Gambar 3. 4 Konten Noesa mengenai pewarna alami .....	64

Gambar 3. 5 Konten Noesa mengenai local wisdom di Watubo, Nusa Tenggara Timur.....	64
Gambar 3.6 Konten menenun .....	68
Gambar 3. 7 Konten Mama menari setelah menenun .....	68
Gambar 3. 8 Konten Hana Lele pada Instagram Noesa .....	69
Gambar 3. 11 Tampilan funky yang quirky pada Instagram Noesa .....	72
Gambar 3. 9 Konten Nisa saat di Flores. ....	76
Gambar 3. 12 Pesan Art pada konten Instagram Noesa.....	76
Gambar 3. 13 Pesan Nature pada konten Instagram Noesa .....	76
Gambar 3. 10 Tarian goyang bahu oleh Simpe, ketua penari. ....	77
Gambar 3. 14 Tampilan kategori pada website Noesa.....	81
Gambar 3. 15 Logo Noesa .....	87
Gambar 3. 16.....	88

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Konsep.....	32
Bagan 2. 1 Struktur .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Matriks Interview Guide

Lampiran 2 : Transkrip wawancara