

**PESAN NOSTALGIA MARKETING DALAM KONTEN
INSTAGRAM JRNY COFFEE AND RECORDS
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Followers* JRNY Coffee and
Records)**



SKRIPSI

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

Oleh:

FELICIA RATRANA PUTRI

180906775

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

PESAN NOSTALGIA MARKETING DALAM KONTEN INSTAGRAM JRNY COFFEE AND RECORDS

(Studi Deskriptif Kualitatif pada *Followers* JRNY Coffee and Records)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

FELICIA RATRIANA PUTRI

180906775

disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A, Ph.D

Dosen Pembimbing

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

2022

-

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pesan Nostalgia Marketing Dalam Konten Instagram JRNY Coffee and Records (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Followers* JRNY Coffee and Records)

Penyusun : Felicia Ratriana Putri

NPM : 180906775

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 11 November 2022

Pukul : 11.30 WIB

Tempat : Ruang Pendaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A, Ph.D

Penguji Utama



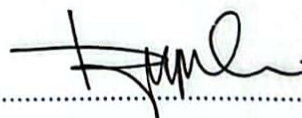
Rebekka Rismayanti S.I.Kom, M.A

Penguji I



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felicia Ratriana Putri

NPM : 180906775

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PESAN NOSTALGIA MARKETING DALAM KONTEN

INSTAGRAM JRNY COFFEE AND RECORDS (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada *Followers* JRNY Coffee and Records)

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.

Yogyakarta, 22 Oktober 2022

Saya yang menyatakan,



Felicia Ratriana Putri

FELICIA RATRIANA PUTRI

180906775/KOM

**PESAN NOSTALGIA MARKETING DALAM KONTEN INSTAGRAM JRNY
COFFEE AND RECORDS
(Studi Deskriptif Kualitatif pada *Followers* JRNY Coffee and Records)**

ABSTRAK

Nostalgia menjadi salah satu konsep yang memiliki daya tarik emosional atau *emotion appeal* untuk mempengaruhi emosi atau perasaan khalayak. Adapun nostalgia menjadi suatu *trend* di berbagai bidang industri, dengan membawa suatu objek atau kultur di masa lalu yang dipopulerkan kembali di era sekarang. Oleh karena itu, nostalgia banyak digunakan sebagai *positioning* perusahaan di berbagai bidang, salah satunya adalah restoran dan cafe atau *coffee shop*. Yogyakarta sebagai kota dengan jumlah cafe yang terus meningkat, terdapat beberapa cafe yang menggunakan nostalgia marketing sebagai daya tariknya. Dari beberapa cafe tersebut, JRNY Coffee and Records menjadi salah satu cafe atau *coffee shop* yang menggunakan nostalgia yang berbeda. JRNY Coffee and Records tidak hanya menunjukkan nostalgia melalui *ambience* tempat namun mengarah pada nostalgia dunia musik masa lalu. Konsep tersebut dapat dilihat melalui konten-konten Instagram JRNY Coffee and Records yang banyak menyisipkan unsur musik masa lalu.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pesan nostalgia marketing dalam konten Instagram JRNY Coffee and Records yang diterima *followers*nya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa JRNY Coffee and Records memiliki *positioning* sebagai *coffee shop* dengan unsur nostalgia musik melalui konten Instagramnya. Pesan nostalgia dalam konten tersebut terbentuk melalui kode pesan berupa bahasa, warna, font, dan musik. Hal tersebut memicu *followers* untuk bernostalgia dengan didorong aspek sosial, indra, dan ingatan akan suatu peristiwa. Kemudian, nostalgia yang terjadi bersumber dari personal nostalgia sekaligus *cultural* nostalgia dan virtual nostalgia. Adapun dampak yang ditimbulkan melalui konten nostalgia adalah *likes*, keinginan untuk datang, menyebarluaskan konten, dan loyalitas untuk mengikuti akun Instagram JRNY Coffee and Records.

Kata kunci: Nostalgia Marketing, Pesan, Komunikasi Pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Pesan Nostalgia Marketing Dalam Konten Instagram JRNY Coffee and Records (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Followers JRNY Coffee and Records)”*. Penelitian ini disusun sebagai syarat kelulusan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan di dalamnya. Namun, penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi untuk menambah ilmu mengenai nostalgia marketing dan berguna bagi seluruh civitas akademik Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk terus dikembangkan.

Selama pengerjaan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Sehingga, tidak akan mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah mendukung proses pengerjaan skripsi ini:

1. Tuhan Yesus, terima kasih atas penyertaanmu dalam perjalanan penulis melalui semua proses pengerjaan skripsi ini. Tanpa berkat dan rahmat-Mu Tuhan, penulis tidak akan dapat memperoleh kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan kedua kakak penulis, terima kasih atas semangat, dukungan, dan kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis. Sehingga, penulis

memperoleh kekuatan untuk terus melanjutkan pengerjaan skripsi hingga dapat menyelesaikannya.

3. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti S.Sos, MA, Ph. D selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih banyak penulis sampaikan atas dukungan, bimbingan, dan semua arahan yang telah diberikan, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan permohonan maaf, atas segala kesalahan dan kekurangan penulis selama proses bimbingan skripsi ini.
4. JRNY Coffee and Records, terima kasih banyak kepada pihak-pihak JRNY Coffee and Records yang telah berkenan untuk menyediakan waktu bagi penulis dan memberikan data-data untuk keberlangsungan penelitian ini. Penelitian ini tidak akan berjalan tanpa adanya kesediaan dari pihak JRNY Coffee and Records. Mohon maaf bila penulis memiliki kesalahan dan kekurangan dalam proses wawancara maupun dalam hasil penelitian ini.
5. Ketiga narasumber penelitian, terima kasih banyak atas kesediaan untuk menjadi narasumber dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai. Tanpa kesediaan dari para narasumber, penelitian ini pun tidak dapat berjalan dan terselesaikan. Mohon maaf bila dalam proses wawancara dan dari hasil dari penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dari penulis.
6. Teman-teman kuliah penulis, terutama Tifani yang selalu membantu dan menguatkan penulis, Prycilia yang selalu mendengarkan dan menghibur penulis, Nadya serta Yockey yang juga selalu menemani dan menyemangati penulis, teman-teman pesut dan semua teman-teman kuliah lainnya yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan menemani penulis selama masa kuliah, penulis sampaikan terima kasih banyak. Tanpa

kalian penulis tidak akan memiliki semangat dalam menyelesaikan tanggung jawab perkuliahan di FISIP Atma Jaya Yogyakarta.

7. Teman-teman dari PSM Atma Jogja terutama Rina yang selalu mendengarkan dan menemani penulis, terima kasih atas semangat dan dukungan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat lebih bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua dukungan, semangat, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini dan juga selama masa-masa kuliah.
9. Semua musisi yang lagu-lagunya penulis dengarkan di Spotify, terima kasih atas karya-karyanya yang menemani dan menambah semangat penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis sampaikan permohonan maaf dan akan menerima semua kritikan maupun masukan yang diberikan, untuk dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan bidang skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Oktober 2022



Felicia Ratriana Putri

DAFTAR ISI

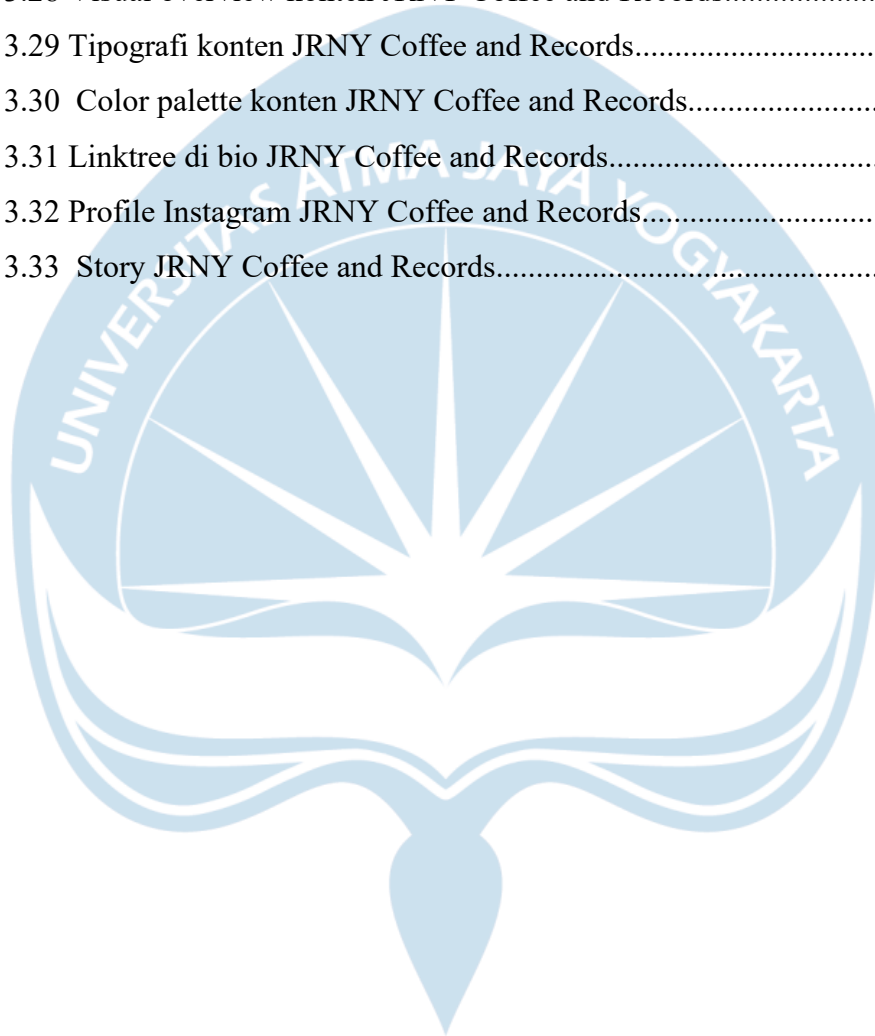
HALAMAN PERSETUJUAN.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
ABSTRAK.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR BAGAN.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Akademis.....	12
2. Manfaat Praktis.....	12
E. Kerangka Teori.....	13
1. Komunikasi Pemasaran.....	13
2. Media Sosial Marketing.....	15
3. Teori Penerimaan Pesan.....	17
4. Nostalgia Marketing.....	21
F. Kerangka Konsep.....	24
1. Komunikasi Pemasaran.....	25
2. Media Sosial Marketing dan Instagram.....	26
3. Penerimaan Pesan Nostalgia Marketing melalui Konten Instagram.....	28
G. Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
3. Sumber Data.....	32
4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
5. Teknik Analisis Data.....	33

BAB II	40
DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	40
A. Sejarah JRNY Coffee and Records	38
B. Profil JRNY Coffee and Records	39
C. Instagram JRNY Coffee and Records	41
BAB III	46
TEMUAN DAN ANALISIS DATA	46
A. Deskripsi Hasil Temuan Data	46
1. Penerimaan Pesan pada <i>Followers</i> JRNY Coffee and Records	44
2. Nostalgia yang Dialami <i>Followers</i> JRNY Coffee and Records	74
3. Pemasaran JRNY Coffee and Records melalui Media Sosial Instagram	89
B. Analisis Data	105
1. Komunikasi Pemasaran pada Instagram JRNY Coffee and Records	105
2. Media Sosial Marketing JRNY Coffee and Records	110
3. Penerimaan Pesan Nostalgia Marketing melalui Konten Instagram JRNY Coffee and Records oleh <i>Followers</i>	117
4. Elemen Nostalgia Marketing yang Diterima <i>Followers</i>	131
Manifestasi Nostalgia Marketing dalam Konten Instagram	140
BAB IV	144
PENUTUP	144
A. Kesimpulan	144
B. Kelemahan Penelitian	148
C. Saran	148
1. Saran Akademis	148
2. Saran Praktis	149
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	156
A. Transkrip Wawancara 1	156
B. Transkrip Wawancara 2	162
C. Transkrip Wawancara 3	166
D. Transkrip Wawancara 4	170
E. Transkrip Wawancara 5	177

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram beberapa cafe tema vintage di Yogyakarta.....	5
Gambar 1.2 Suasana JRNY Coffee and Records.....	6
Gambar 1.3 Instagram JRNY Coffee and Records.....	7
Gambar 1.4 Contoh postingan JRNY Coffee and Records.....	7
Gambar 1.5 Konten Playlist JRNY Coffee and Records.....	8
Gambar 1.6 Elemen Komunikasi.....	13
Gambar 1.7 Proses Encoding/Decoding Stuart Hall.....	18
Gambar 2.1 Logo JRNY Coffee and Records.....	38
Gambar 2.2 Tampilan Instagram JRNY Coffee and Records.....	41
Gambar 3.1 Caption konten Instagram JRNY Coffee and Records.....	45
Gambar 3.2 Caption konten Instagram JRNY Coffee and Records.....	47
Gambar 3.3 Caption konten Instagram JRNY Coffee and Record.....	47
Gambar 3.4 Konten menu JRNY Coffee and Records.....	49
Gambar 3.5 Konten menu JRNY Coffee and Records.....	50
Gambar 3.6 Konten feeds JRNY Coffee and Records berwarna pudar.....	52
Gambar 3.7 Konten feeds JRNY Coffee and Records berwarna cerah.....	53
Gambar 3.8 Konten feeds rilisan fisik JRNY Coffee and Records.....	55
Gambar 3.9 Konten suasana cafe pada reels JRNY Coffee and Records.....	56
Gambar 3.10 Penggunaan font pada konten JRNY Coffee and Records.....	58
Gambar 3.11 Contoh karakter game 8-bit.....	58
Gambar 3.12 Penggunaan font pada konten JRNY Coffee and Records.....	60
Gambar 3.13 Penggunaan font pada konten JRNY Coffee and Records.....	61
Gambar 3.14 Contoh font bergaya retro.....	61
Gambar 3.15 Lagu pada reels JRNY Coffee and Records.....	63
Gambar 3.16 Konten rekomendasi lagu dari JRNY Coffee and Records.....	64
Gambar 3.17 Lagu pada reels JRNY Coffee and Records.....	65
Gambar 3.18 Konten rekomendasi lagu dari JRNY Coffee and Records.....	65
Gambar 3.19 Konten feeds JRNY Coffee and Records.....	73
Gambar 3.20 Band Nirvana.....	74
Gambar 3.21 Band The SIGIT.....	75

Gambar 3.22 Konten kaset JRNY Coffee and Records.....	76
Gambar 3.23 Konten records store JRNY Coffee and Records.....	77
Gambar 3.24 Konten live music JRNY Coffee and Records.....	79
Gambar 3.25 Konten live music JRNY Coffee and Records.....	81
Gambar 3.26 Interior JRNY Coffee and Records.....	82
Gambar 3.27 Poster film ‘Bohemian Rhapsody’	83
Gambar 3.28 Visual overview konten JRNY Coffee and Records.....	93
Gambar 3.29 Tipografi konten JRNY Coffee and Records.....	94
Gambar 3.30 Color palette konten JRNY Coffee and Records.....	94
Gambar 3.31 Linktree di bio JRNY Coffee and Records.....	99
Gambar 3.32 Profile Instagram JRNY Coffee and Records.....	100
Gambar 3.33 Story JRNY Coffee and Records.....	100



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Konseptual Penelitian.....	23
Bagan 2 Sumber Data.....	32
Bagan 3 Penerimaan Pesan Narasumber.....	126
Bagan 4 Manifestasi Nostalgia Marketing pada Konten Instagram.....	138



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian.....	32
---------------------------------	----

