

**ANALISIS KOMUNIKASI *INTERPERSONAL* BARISTA DENGAN  
PELANGGAN DI KEDAI KOPI PULANG PALEMBANG**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Penyiaran



**Disusun Oleh :**

**DINDA MEIDA PUTRI**

**07031381520129**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS KOMUNIKASI *INTERPERSONAL* BARISTA DENGAN PELANGGAN DI  
KEDAI KOPI PULANG PALEMBANG**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Dinda Meida Putri**

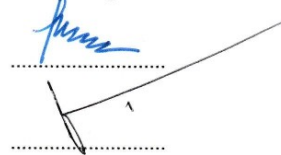
**07031381520129**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 18 Februari 2021**

Pembimbing :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si  
NIP.196012091989122001
2. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP.197905012002121005

Tanda Tangan



Penguji :

1. Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP.198807252019031010
2. Oemar Madri Bafadhhal, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 199208222018031001



Mengetahui,



**Dekan FISIP UNSRI**  
**Prof. Dr. Alfritri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dinda Meida Putri  
NIM : 07031381520129  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 1 Mei 1997  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Penyiaran  
Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Pelanggan Di Kedai Kopi Pulang Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang di sajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang di sebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang di tetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatasan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 28 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Dinda Meida Putri

NIM. 07031381520129

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”**

**( YESAYA 41:10 )**

**Skripsi ini Saya Persembahkan Untuk :**

- 1. Bapak saya Maruasas Panggabean**
- 2. Ibu saya Endang**
- 3. Keluarga dan saudara seluruhnya**
- 4. Dosen Pembimbing**
- 5. Dosen dan Jurusan Ilmu Komunikasi**
- 6. Teman-Teman**
- 7. Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI *INTERPERSONAL* BARISTA DENGAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI PULANG PALEMBANG”** Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si, selaku Ketua jurusan dan Sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, yang menjadi rumah kedua yang memberikan penulis ilmu baik akademik maupun dala hal sosial, membentuk mental dan kepribadian penulis.
4. Ibu Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si sebagai Pembimbing skripsi saya. Terimakasih atas arahan dan bimbingannya, terimakasih atas ilmu dan pelajaran yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si dan Bapak Prof. Dr. H. Slamet Widodo, MS, MM selaku pembimbing akademik, yang telah memberikan arahan dan nasihat kepada penulis hingga masuk ketahap akhir perkuliahan.
6. Bapak, Ibu para Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan banyak ilmu, arahan, nasihat dan kekuatan mental kepada penulis baik pada saat jam perkuliahan maupun diluar dari itu.
7. Staff dan karyawan Fisip Universitas Sriwijaya, terkhusus Mba Feny (EX admin Ilmu Komunikasi), Mba Sertin dan Mba Anti, yang siap sedia untuk selalu direpotkan dalam mengurus administrasi perkuliahan.
8. Ibunda, dan ayahanda tercinta, kakak dan istrinya yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam keadaan apapun.

9. Sahabat terbaik selama perkuliahan Dini Rizky wahyuni, Dwiki Dharma, Naomi Yerika, dan Masayu farah yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk lebih maju.
10. Teman-teman di Kopi Pulang yang sudah seperti saudara sendiri Mas Amal Fathullah, Mas Arief Fajar, Mas Faisal Rahman Fatoni, Muhammad Habibie, Ferdi Rachmanda, Agung Laksamana, dan Mbak Aisyah Nadya yang menjadi tempat untuk bertukar pikir, selama menjalani penelitian di Kopi Pulang.
11. Saudari Rindra Ayu, orang yang selalu mendukung, memberikan motivasi, dan tempat berkeluh kesah, terimakasih atas bantuan dan kehadiran yang sangat berarti.
12. Teman-teman kelas IKOM 2015 Palembang dan konsentrasi penyiaran  
Semoga semuanya selalu diberikan nikmat kesehatan, umur panjang dan kebahagiaan oleh Allah Swt. Dengan segala kerendahan hati saya, semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua, Aamiin.

Palembang  
Penulis,

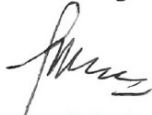
Dinda Meida Putri

## ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal antara barista dengan pelanggan di Kedai Kopi Pulang Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan hasil analisis peneliti yang telah didapat, dapat disimpulkan hasil penelitian yang ditemukan dengan teori komunikasi interpersonal pendekatan humanistik yang dikemukakan oleh Joseph A Devito dalam komunikasi antara barista dengan pelanggan di Kedai Kopi Pulang Palembang, dimana terdapat indikator yang menentukan keberhasilan komunikasi yaitu keterbukaan, sikap positif, sikap mendukung, empati dan kesetaraan dalam komunikasi. Komunikasi yang dijalankan di Kedai Kopi Pulang menentukan kedekatan interpersonal antara barista dan pelanggan sehingga menciptakan hubungan yang berlanjut. Komunikasi interpersonal yang baik memiliki unsur penting berdasarkan prespektif humanistik dipertimbangkan yakni, keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, kesetaraan. Unsur - unsur tersebut merupakan kualitas umum yang dipertimbangkan. Pendekatan humanistik adalah sebuah pendekatan yang memberikan perhatian terhadap manusiati.

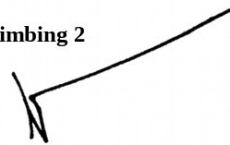
**Kata kunci: Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Pendekatan Humanistik, Komunikasi Interpersonal Pendekatan Humanistik Joseph A Devito.**

Pembimbing 1



**Dr. Retna Mahriani, M.Si**  
NIP.196012091989122001

Pembimbing 2



**Dr. Andries Lionardo, S.IP, M.Si**  
NIP.197905012002121005

**Palembang, 10 Februari 2021**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Sriwijaya**



**Dr. Andries Lionardo, S.IP, M.Si**  
NIP.197905012002121005

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI.....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Komunikasi Interpersonal.....	10
2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	10
2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal.....	12
2.2.3 Proses Komunikasi Interpersonal.....	13
2.2.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	14
2.2.5 Keberhasilan Komunikasi Interpersonal.....	16
2.2.6 Konsep Barista.....	17
2.3 Beberapa Teori Komunikasi Interpersonal.....	19
2.3.1 Komunikasi Interpersonal Menurut Hardjana.....	19
2.3.2 Komunikasi Interpersonal Menurut Joseph A devito.....	20
2.4 Teori Yang Digunakan.....	23



2.5 Kerangka Pemikiran.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Definisi Konsep.....	31
3.3 Fokus Penelitian.....	33
3.4 Unit Analisis Data.....	35
3.5 Informan, kriteria informan dan key informan.....	35
3.5.1 Informan.....	35
3.5.2 Kriteria informan dan key informan.....	36
3.6 Sumber Data.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV.....</b>	<b>40</b>
<b>GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Sejarah Kopi Pulang.....	40
4.2 Lokasi Kopi Pulang.....	41
4.3 Logo Dan Tagline Kedai Kopi Pulang Palembang.....	43
4.4 Fasilitas Kopi Pulang.....	43
4.5 Visi Dan Misi Kopi Pulang.....	44
4.6 Struktur Organisasi.....	44
4.7 Kota Palembang.....	46
<b>BAB V.....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>47</b>

5.1 Komunikasi Interpersonal yang Terjadi di Kedai kopi Pulang Palembang menggunakan pendekatan humanistik.....	47
5.1.1 Dimensi Keterbukaan.....	47
5.1.2 Dimensi Sikap Positif.....	56
5.1.3 Dimensi Sikap Mendukung.....	70
5.1.4 Dimensi Empati.....	79
5.1.5 Dimensi Kesetaraan.....	92
<b>BAB VI.....</b>	<b>109</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
6.1 Kesimpulan.....	109
6.2 Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Kedai Kopi <i>Specialty</i> di Palembang.....	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Tabel Rincian Variable Penelitian.....	33
Tabel 5.1 Tabel Pengumpulan data Kesiediaan Mengungkapkan Identitas diri.....	48
Tabel 5.2 Tabel Pengumpulan data Kesiediaan untuk mengungkapkan sikap, pikiran, perasaan, dan ekspresi.....	51
Tabel 5.3 Tabel Pengumpulan data kesiediaan untuk mengawali atau memulai komunikasi dengan pelanggan.....	57
Tabel 5.4 Tabel Pengumpulan data berfikir positif kepada pelanggan.....	61
Tabel 5.5 Tabel Pengumpulan data indikator meyakini pentingnya pelanggan....	63
Tabel 5.6 Tabel Pengumpulan data memberikan pujian dan penghargaan.....	67
Tabel 5.7 Tabel Pengumpulan data indikator memiliki sikap spontan.....	71
Tabel 5.8 Tabel Pengumpulan data memberikan gagasan secara deskriptif.....	73
Tabel 5.9 Tabel Pengumpulan data memiliki sifat provisional.....	76
Tabel 5.10 Tabel Pengumpulan data indikator Usaha masing-masing pihak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain.....	79
Tabel 5.11 Tabel Pengumpulan data indikator Memahami sikap dan perilaku orang lain.....	85
Tabel 5.12 Tabel Pengumpulan data Perhatian terhadap orang lain.....	89
Tabel 5.13 Tabel Pengumpulan data indikator Memiliki peran yang sama dengan orang lain.....	93
Tabel 5.14 Tabel Pengumpulan data Menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda.....	96
Tabel 5.15 Tabel Pengumpulan data Tidak memaksakan kehendak.....	98

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Alur Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Kedai Kopi Pulang Palembang.....	42
Gambar 4.2 Logo Kedai Kopi Pulang Palembang.....	43
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kedai Kopi Pulang Palembang.....	45
Gambar 5.1 Dokumentasi kesediaan untuk mengawali komunikasi.....	59
Gambar 5.2 Dokumentasi meyakini pentingnya pelanggan.....	66
Gambar 5.3 Dokumentasi pemberian pujian atau penghargaan.....	69
Gambar 5.4 Dokumentasi usaha memahami orang lain.....	83

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, kedai kopi telah menjamur diseluruh daerah di Indonesia, tak terkecuali Kota Palembang. Palembang sebagai salah satu kota besar di Sumatera Selatan memiliki banyak kedai kopi yang biasa digunakan sebagai tempat berkumpulnya para kaula muda. Kedai kopi di Palembang sangat banyak, baik kedai - kedai kopi *specialty* maupun kedai-kedai kopi yang berbasis kafe, yang tentunya menimbulkan dampak yakni persaingan pasar. Persaingan bisnis usaha sejenis yang begitu ketat, membuat pemilik kedai kopi merencanakan strategi untuk mempertahankan kedai kopinya, dan memuaskan pelanggannya salah satunya yakni memperbaiki maupun menambahkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Terkait peningkatan pelayanan dalam mempertahankan eksistensi dari ketatnya persaingan bisnis kedai kopi, peran Barista (seseorang yang meracik dan menyiapkan minuman) akan menjadi ujung tombak dan sangat penting dalam mempertahankan pelanggannya. Barista tentunya harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan. Dalam konteks komunikasi, tentunya kemampuan komunikasi yang dibutuhkan oleh seorang Barista adalah komunikasi interpersonal. Dengan adanya komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi intensitas hubungan diantara mereka.

Komunikasi interpersonal pada dasarnya dapat menentukan dan mempengaruhi sikap seseorang dengan menangkap pesan yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal. Seperti kegiatan pelayanan di Kedai Kopi Pulang Palembang. Peran komunikasi Barista sangat berpengaruh dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Barista hendaknya mampu berkomunikasi dengan tepat dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar pelanggan merasa nyaman. Dengan begitu, eksistensi dari kedai kopi tersebut akan tetap terjaga.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang – orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal merupakan Proses pengiriman dan penerimaan pesan –pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Setelah melalui Proses interpersonal tersebut, maka pesan –pesan disampaikan kepada orang lain, Proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. (Mulyana, 2004:73).

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekedar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian Proses saling menerima, penyerahan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak. (Cangara, 2011:159)

Pentingnya suatu komunikasi *interpersonal* berlangsung secara dialogis yang menunjukkan terjadinya interaksi, seseorang yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing – masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam Proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya daripada pelaku komunikasi untuk terjadinya pergantian bersama (*mutual understanding*) dan empati. Dari Proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing–masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

Adapun hal – hal yang menjadi alasan peneliti dalam pemilihan judul dan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**1. Kedai Kopi Pulang merupakan kedai kopi yang berdiri di era gelombang ketiga (*Third Wave Coffee*) sebagai kedai kopi *Specialty* di Kota Palembang.**

Istilah *Third Wave Coffee* masih terbilang baru. Istilah ini pertama kali dikemukakan oleh Thresh Rothgeb pada sebuah artikel di *Wrecking Ball Coffee Roasters* pada tahun 2002 (Yuliandri, 2015). Pada artikel yang dipublikasikan oleh Roaster Guild, The Flamekeeper, Rothgeb mendefinisikan ada tiga pergerakan di dalam dunia kopi dan menyebutnya dengan istilah “gelombang” atau “waves”. Melalui pengertian tersebut, “*third wave*” menjadi istilah yang populer hingga sekarang. Kebangkitan *Third Wave Coffee* ditandai dengan mulai tertariknya para peminum kopi terhadap kopi itu sendiri. Baik itu asal muasal bijinya, Prosesnya sampai kepada penyajian sebelum kopi tersebut sampai ke tegukan. Gelombang Ketiga ini memberikan reaksi terhadap kopi yang rasanya buruk dan cara penyajian kopi yang dianggap tidak benar. Meskipun tidak mengenyampingkan masalah pemasaran dan Promosi, *Third Wave Coffee* peduli lebih dalam dari sekedar menikmati kopi saja.

Pada era *Third Wave Coffee* Proses Produksi terhadap kopi menjadi lebih transparan. Para konsumen dengan mudah mampu mengetahui dari mana sebuah biji kopi berasal. Di era ini istilah *single origin* mulai muncul. Asal mula kopi adalah salah satu faktor paling penting di era gelombang ketiga sekaligus menandai bahwa industri kopi telah berubah. *Third Wave Coffee* ditandai dengan munculnya istilah *specialty coffee* bagi kedai-kedai kopi yang telah sadar akan Proses-Proses yang dilalui dari mulai Proses tanam, pasca panen, penyangraian, hingga ke Proses penyeduhan ditangan Barista, dan adanya penyangraian kopi berskala kecil namun mandiri (*micro roastery*) di setiap kedainya, selain itu mulai tertariknya para peminum kopi terhadap kopi itu sendiri. Baik itu asal muasal bijinya sebelum kopi tersebut menjadi secangkir kopi yang dapat diminum. Gelombang Ketiga ini memberikan reaksi terhadap kopi yang rasanya buruk dan cara penyajian kopi yang dianggap tidak benar.

Kedai Kopi Pulang sendiri telah mengukuhkan diri sebagai salah satu kedai kopi yang berada di gelombang ketiga perkembangan industri kopi, dengan menjamin kualitas *coffee specialty* nya dengan memiliki *micro roastery* sendiri atau penyangraian kopi berskala kecil, yang menjadikan Kedai Kopi Pulang mampu untuk mengolah, mengontrol, dan menjaga kualitas kopinya dengan

seksama, dari awal hingga akhir menjadi sajian dalam bentuk minuman untuk pelanggannya.

Di kota Palembang kedai kopi *specialty* yang berkembang di era ketiga perkembangan kopi (*Third Wave Coffee*) mulai berkembang pertama kali pada tahun 2015. Berikut peneliti mencantumkan data kedai kopi *specialty* di kota Palembang berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dengan beberapa pemilik kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 2015, pada Tabel 1.1 yaitu data kedai kopi di kota Palembang, nama kedai, alamat masing-masing kedai dan tahun berdiri kedai-kedai kopi *specialty* di kota Palembang.

Tabel 1.1 Data Kedai Kopi *Specialty* yang telah berdiri sejak tahun 2015

Nama Kedai	Tahun Berdiri	Alamat
Kopi Pulang	2015	Jl. Jenderal Sudirman no. 2166
LN Fortunate Coffee	2015	Jl. Residen Abdul Rozak, no.11
Luthier Coffee	2016	Jl. Bangau, no.170
Pladjoe Koffie	2016	Jl. Jend Ahmad Yani no. 24F
Ibat Daun Coffee	2016	Jl. Soekarno Hatta no.4
Kopi baik	2016	Jl. Demang Lebar Daun, no. 168A.
Dialek.co	2016	Jl. KH Ahmad Dahlan, no. 61
Beskabean	2016	Jl. Bina Warga II No. 629
Kopiloka Sumsel	2017	Jl. Hulubalang 1, no.2641

Sumber: Hasil wawancara dan observasi penulis pada 21 Agustus 2020

Berdasarkan rekomendasi Three Lens Media tentang *Coffee Shop* di Kota Palembang. Kopi Pulang sebagai urutan pertama dari tiga *Coffee Shop* lainnya yaitu Luthier Coffee, Ibat Daun Coffee, dan Pladjoe Koffie. Hal ini karena Kopi Pulang sudah berdiri selama 5 tahun sejak tahun 2015, selain itu Kopi Pulang memiliki gaya etnik khas Sumatera Selatan dengan suasana nyaman dan tenang bagi para penikmat kopi. (Euis, 2018).



## **2. Kedai Kopi Pulang menjadi Western Champion di ICE 2018 (Indonesia Coffee Events) dan mendapat penghargaan sebagai Kedai Kopi Paling Kreatif di Palembang oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia)**

Kedai Kopi Pulang Palembang terus menunjukkan kemampuannya sebagai kedai kopi *specialty* dengan menjadi Western Champion di ICTC 2018 dalam *Indonesia Coffee Events* di Jakarta, pada kategori *Cup Tester* yaitu kompetisi *cupping* dengan menguji cita rasa kopi dari puluhan sample yang disediakan oleh juri. Dengan menjadi juara di kompetisi kopi tingkat nasional, Kopi Pulang menjadi kedai kopi pertama diluar pulau Jawa yang mampu bersaing dan menjadi juara di event kopi paling bergengsi di Indonesia bahkan dunia, karena *Indonesia Cup Tester Competition (ICTC)* dalam *Indonesia Coffee Event (ICE)* kemudian memiliki lanjutan kompetisi tingkat dunia yaitu *World Cup Tester Competition (WCTC)*, dalam kompetisi ini Kopi Pulang diwakilkan oleh Amal Fathullah Raihan sebagai *roaster* sekaligus *founder* Kopi Pulang Palembang.

Kedai Kopi Pulang juga merupakan kedai kopi pertama di Palembang yang mengusung konsep jasa edukasi kopi. Jika banyak kedai kopi hanya fokus pada bagaimana menyajikan minuman kopi nikmat dan mendatangkan pengunjung sebanyak mungkin. Kedai kopi ini melakukan strategi dengan menjual edukasi atau pendidikan tentang kopi dan Proses dibaliknya. Adanya Program *Cupping Coffee* atau uji cita rasa kopi setiap minggunya, dimana pelanggan diajak untuk menguji cita rasa dari berbagai sample kopi yang berasal dari berbagai macam daerah, selain itu ada juga kelas kopi dengan berbagai materi seputar kopi dan informasi-informasi mengenai kopi siap diberikan kepada pelanggan Kedai Kopi pulang.

Kopi Pulang merupakan salah satu kedai kopi di Palembang yang memiliki konsep tradisional dengan mengusung tema bernuansa etnik nusantara digambarkan melalui interior dalam kedai yang dihiasi berbagai perabotan tradisional yang memberikan kesan sangat Indonesia, seperti penggunaan kain-kain 'jarik', patung burung Garuda, alat berkebun, lukisan dan pajangan yang semuanya berbahan dasar kayu sebagai hiasan yang mempercantik Kedai Kopi

Pulang, ditambah dengan tumbuhan hijau dan pohon kopi yang ditanam di dalam Kedai Kopi Pulang Palembang. Menggunakan meja dan kursi kayu dengan desain *coffee table* dimana meja dan kayu berukuran kecil dan rendah pada kedai kopinya. Selain itu penggunaan alat seduh yang semuanya merupakan alat seduh kopi manual (tidak menggunakan listrik). Karena keunikan yang dimiliki tersebut kedai kopi ini mendapatkan penghargaan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia sebagai kedai kopi paling kreatif di Palembang. Mengemas konsep yang sangat sederhana, dan Produk Produk unggulan kopi, kedai kopi ini lebih sering ramai didatangi pengunjung walaupun dengan ukuran yang cukup sempit dengan luas sekitar 5x8 meter. Menjadi *trend setter* kedai kopi sebagai ruang diskusi bukan hanya tempat nongkrong dengan fasilitas wifi, tempat ini malah membuat suatu konsep yang berbeda. Selain memberikan kenikmatan pada setiap kopinya kedai ini juga menjual nilai sosial dimana semua orang yang berkunjung ke kedai kopi ini di beri ruang untuk bersosialisasi satu sama lain sesama pengunjung dan Barista Kedai Kopi pulang sendiri untuk bertukar informasi dan memberikan pendidikan kepada pengunjung yang ingin mencari informasi lebih terhadap kopi.

### **3. Barista Kedai Kopi Pulang Palembang melakukan interaksi dengan pelanggan melalui komunikasi interpersonal menggunakan program - program kerja operasional.**

Tidak seperti kebanyakan kedai kopi atau *coffee shop* pada umumnya yang memberikan fasilitas untuk menarik minat pengunjung seperti fasilitas WiFi atau *smoking area* (area untuk pengunjung merokok), fasilitas tersebut merupakan fasilitas yang dianggap wajib dimiliki oleh suatu kedai kopi karena kebanyakan orang mencari tempat untuk mendapatkan koneksi internet gratis dan ruangan merokok mengingat banyak dari penggemar kopi yang juga merupakan perokok. Namun, hal tersebut tidak disediakan di Kedai Kopi Pulang Palembang, dengan konsisten selama 5 tahun berdiri Kedai Kopi Pulang tidak juga menyediakan fasilitas tersebut. Bukan tanpa alasan, ketiadaan fasilitas tersebut bertujuan untuk menciptakan suasana yang komunikatif bagi setiap pelanggan yang berada disana. Dengan tidak adanya fasilitas internet, orang tidak akan sibuk dengan dirinya

sendiri dan internetnya. Kedai Kopi Pulang mengharapkan untuk terciptanya interaksi langsung baik antara sesama pelanggan maupun antara pelanggan dengan Barista. Selain itu, tidak disediakan ruangan untuk merokok agar menciptakan hak yang sama bagi setiap pelanggan yang tidak merokok untuk sama-sama mendapatkan tempat yang nyaman, bersih, dan bebas dari asap rokok. Sesuai dengan konsep pelayanan yang mengutamakan interaksi dan diskusi, Kedai Kopi Pulang lebih memilih untuk menyediakan fasilitas perpustakaan, dimana terdapat rak buku yang memiliki puluhan buku dengan berbagai jenis mulai dari novel, majalah, komik, buku self improvement, dan buku-buku pengetahuan seperti buku tentang fashion, marketing, bisnis, seni, religi, dan masih banyak lagi untuk dapat dibaca oleh pengunjung yang datang. Bersamaan dengan itu Kopi Pulang memiliki Program kerja yang mendukung kegiatan komunikasi dengan pelanggannya, yang dilakukan disetiap kegiatan operasional di Kedai Kopi Pulang Palembang.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya secara umum Kedai Kopi Pulang Palembang memiliki Prosedur yang telah ditetapkan untuk kemudian dijalankan oleh setiap Barista yang bertugas dalam satu *shift* kerja. Terdapat dua SOP (*Standard Operasional Procedure*) yang harus dilakukan oleh setiap Barista yang bertugas yaitu SOP Barista bagi yang bertugas sebagai Barista utama (*Barista Pro*) dan SOP Servis bagi Barista kedua (*Front Barista*). Namun, terdapat Program kerja yang dibuat oleh staff Kedai Kopi Pulang untuk mendukung kegiatan komunikasi interpersonal antara Barista dan pelanggan Kedai Kopi Pulang Palembang. Program kerja ini bersifat evaluatif dimana selalu dilakukan pembaharuan sesuai dengan kebutuhan dan program kerja dibuat ikonik yaitu penggunaan nama-nama yang khas agar mudah diingat dan dapat dijalankan dengan dengan luwes dan tidak kaku oleh setiap Barista Kedai Kopi Pulang, hal ini dilakukan untuk mendukung kegiatan komunikasi interpersonal dengan pelanggan dan menjadi sarana Barista untuk dapat lebih dekat dengan pelanggannya. Salah satu Program kerja yang dilakukan Barista yang berkenaan langsung dengan pelanggan adalah memberikan komplimen kepada pelanggan misalnya dengan memberikan kopi gratis pada saat-saat tertentu seperti 'kopi wisuda' bagi

pelanggan yang baru saja menyelesaikan studinya di perkuliahan, kopi gratis bagi pelanggan yang datang di pagi hari dari pukul 08.00-10.00 pagi.

Barista kopi pulang selalu diminta untuk menanyakan bagaimana pendapat pelanggan mengenai kopi yang dipesan, apakah cocok atau tidak, apakah suka atau tidak suka, apakah mendapat pujian atau komplain dari pelanggan, yang kemudian akan dilaporkan dalam *briefing* pada saat pergantian jam kerja sebagai bahan evaluasi. Jika ada hal-hal yang kemudian membuat pelanggannya merasa tidak sesuai dengan ekspektasinya, Barista akan memberikan komplimen dengan Produk serupa ataupun Produk lain untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, sebelum itu Barista akan dengan terbuka mendiskusikan komplain yang didapat untuk dicari penyebabnya dan dibenahi sesuai dengan keinginan pelanggan. Untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya, Kedai Kopi pulang memastikan pelanggan untuk dapat dengan mudah mencari informasi tentang Produk yang ada di Kedai Kopi Pulang dengan membagi area *bar* yang menjadi dapur pembuatan Produk minuman agar pelanggan dapat melihat langsung Proses pembuatan kopi dan area servis dengan menempatkan satu Barista sebagai perpanjangan tangan Barista utama.

Berdasarkan uraian di atas peneliti memilih judul “Analisis komunikasi Interpersonal Barista dengan Pelanggan Di Kedai Kopi Pulang Palembang” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam Komunikasi Interpersonal Barista dengan Pelanggan di Kedai Kopi Pulang Palembang.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana komunikasi interpersonal Barista dengan pelanggan di Kedai Kopi Pulang Palembang?”

## **1.3. Tujuan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan tersebut, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: bagaimana

komunikasi interpersonal Barista dengan pelanggan di Kedai Kopi Pulang Palembang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini akan terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini nantinya diharapkan akan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang komunikasi interpersonal dan peran serta kontribusi dan pengaruhnya terhadap pegawai Kedai Kopi Pulang. Selain itu dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi khususnya kajian komunikasi interpersonal dan aspek penerapannya dalam kehidupan sehari – hari.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian diharapkan akan bermanfaat bagi :

###### **1. Manfaat bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih mengerti dan memahami tentang komunikasi interpersonal. Serta dapat menambah pengalaman bagi peneliti.

###### **2. Manfaat bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk menambahkan wawasan dan referensi tentang komunikasi interpersonal, bagi universitas terutama untuk jurusan ilmu komunikasi.

###### **3. Manfaat bagi Kedai Kopi Pulang**

Penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan gambaran komunikasi interpersonal Barista dengan pelanggan yang baik dan masukan bagi manajemen dan pegawai untuk memperbaiki kinerja dalam melakukan kegiatan operasional dan komunikasi dengan pelanggan di kedai Kopi Pulang Palembang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku**

Alvonco, Johnson. 2014. *Practical Communication Skill*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

- Arifin, Yanuar. 2011. *100% bisa Selalu Berpikir Positif*. Jakarta: Bina Rupa.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Rineke Cipta: Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Devito, J. A. 1992. *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper Collin Publisher Inc.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Komunikasi Antar manusia Alih Bahasa Agus Maulana*. Jakarta: Professional Book.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publising Group.
- Effendi, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja.
- Enjang, AS. 2009. *Komunikasi Konseling*. Bandung: Nuansa.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hardjana, A. M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hasibuan, H. Malayu S. P. 2007. *Organisasi dan Motivasi: Dasar peningkatan Produktivitas*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Joseph, A Michelli. 2007. *The Starbucks Experience*. Jakarta: Ecensi Karya.
- Keraf, G. 2001. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*, Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang.

- Liliweri, Alo. 2013. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: LkiS.
- Moleong, J, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Priansa, Donni J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Richard, West. Lynn H Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Safaria. 2005. *Interpersonal Intelligence: Metode Pengembangan Kecerdasan Interpersonal Anak*. Yogyakarta: Amara Books.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemanto, W. 1998. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suciati. 2015. *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Sudarwan, Danim. 2011. *Psikologi Pendidikan: Dalam Perspektif Baru*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2003. *Manajemen Komunikasi Antar Pribadi dan Gairah Kerja Karyawan*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Departemen Kehakiman dan HAM.
- Suranto, AW. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Taufik.
2012. *Empati: Pendekatan Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo. Taylor, S.E,
- Peplau, L.A, & Sears, D.O. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### **Skripsi**

- Aretha, Natasya 2016. *Pengaruh kualitas komunikasi interpersonal terhadap loyalitas pelanggan*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: FISIP, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Handayani, Euis. 2018. *Strategi Pemasaran Bisnis Kedai Kopi Pulang untuk Menarik Pelanggan*. Skripsi diterbitkan. Palembang: Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
- Haryanto, Dede. 2018. *Analisis komunikasi interpersonal Barista dan konsumen dalam menciptakan kepuasan (Studi Pada Barista Kedai Kopi Flambojan)*. Skripsi tidak diterbitkan. Lampung: FISIP Universitas Lampung.
- Maryska, Amelia. 2016. *Strategi Pelayanan Pada Komunikasi Pemasaran Brand Wingman Denim Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan*. Skripsi tidak diterbitkan. Lampung: Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
- Wendha, Rahyuda, & Suasana. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Udayana Bali.

### **Jurnal**

- Isnawati, Dian & Suhariadi Rendi. 2013. "Hubungan Antara Dukungan Sosial dengan Penyesuaian Diri Masa Persiapan Pensiun pada Karyawan PT. Pupuk Kaltim". *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. Vol. 1. Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Mclloy, A & Barnett, S. 2000. "Building customer relationships: Do discount cards work?". *Maniging Sevice Quality*. Vol. 10. Iss: 6.
- Supriyadi, & Melanta Winda. 2014. "Manajemen Hubungan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen pada PT. Shafira Laras Persada". *Study Management Research*. Vol.XI, No.2.



### **Internet**

- International Coffe Organization (ICO). (2017). Konsumsi Kopi Indonesia.  
Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-Indonesia> (Diakses pada september 2020).
- Yulianrdi, Treisna M. (2015). Sejarah First, Second, and Third Wave Coffee  
from <https://majalah.ottencoffee.co.id/-first-second-third-wave-coffee>  
(Diakses pada September 2020). <http://klinikkopi.com/> (Diakses pada tanggal desember 2020)

