

PERAN BARISTA DALAM MENERAPKAN POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL UNTUK MEMPERTAHANKAN PASAR LEXO COFFEE AND ROASTERY DI KOTA PEKANBARU

NOMOR SKRIPSI

6026/KOM-D/SD-S1/2023



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

MUHAMMAD FARELL ALFATHA PASARIBU

NIM. 11840313927

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1444 H / 2023 M**



Hak

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PERAN BARISTA DALAM MENERAPKAN POLA KOMUNIKASI
INTERPERSONAL UNTUK MEMPERTAHANKAN PASAR LEXO
COFFEE AND ROASTERY DI KOTA PEKANBARU**

Disusun oleh

Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
11840313927

Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 7 Juli 2023

Pembimbing

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, S. Pd., M. Si
NIP. 198103132011011004



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebroktas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
 NIM : 11840313927
 Judul : Peran Barista Dalam Menerapkan Pola Komunikasi Interpersonal Untuk Mempertahan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 06 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Pekanbaru, 13 Juli 2023
 Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ penguji I

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19811118 200901 1 006

Sekretaris/ penguji II

Mahtas n, Pd.I
 NIP.19680513 200501 1 009

Penguji III

Julis Suriani, M. I.Kom
 NIK.130 417 019

Penguji IV

Dra. Atjih Sukaesih, M. Si
 NIP.19691118 199603 2 001

- Hak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
NIM : 11840313927
Judul : Peran Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 20 Desember 2022

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Desember 2022

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom., M.A.
NIP.198906192018011004

Penguji II,

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIK. 130 417 026



Hak

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 J. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iam-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
 NIM : 11840313927
 Tempat/ Tgl. Lahir : Bekasi, 18 Juni 2000
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Peran Barista Dalam Menerapkan Pola Komunikasi Interpersonal Untuk Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *footnote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 03 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan,



Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
NIM. 11840313927



Hak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 7 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Farell Alfatha Pasaribu

NIM : 11840313927

Judul Skripsi : Peran Barista Dalam Menerapkan Pola Komunikasi Interpersonal Untuk Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2022
 Tanggal : 18 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farell Alfatha Posaribu
 NIM : 11840313927
 Tempat/Tgl. Lahir : Bekasi : 18 Juni 2000
 Fakultas/Pascasarjana: Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya:

Peran Barista Dalam Menangkap Pola Komunikasi
Interpersonal untuk Mempertahankan Pasar Lexo
Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan,



Muhammad Farell Alfatha Posaribu
 NIM. 11840313927



Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Abstrak

Nama : Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Barista Dalam Menerapkan Pola Komunikasi Interpersonal untuk Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru

Penelitian ini dilakukan di Lexo Coffee And Roastery, dilatarbelakangi oleh jumlah bisnis kopi atau *coffee shop* di Indonesia mulai tumbuh secara signifikan dari tahun ke tahun, untuk itu, pentingnya peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar sudah menjadi tuntutan dalam kelangsungan hidup dalam bisnis *coffee shop* di Indonesia saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis metode yang digunakan pada penelitian ini. Observasi, wawancara, dan dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan. Informan penelitian ini yaitu seluruh pemilik *coffee shop* Lexo Coffee And Roastery dan barista yang bekerja di Lexo Coffee And Roastery. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Proses komunikasi interpersonal barista kepada pelanggan yang dilakukan oleh barista yang berada di Lexo Coffe And Roastery sudah tepat dilakukan. Barista yang dimiliki oleh Lexo Coffe And Roastery sudah menjalankan beberapa proses komunikasi interpersonal dengan baik yaitu dengan memperhatikan beberapa aspek, seperti *grooming* atau penampilan barista, memberi salam atau *greeting* kepada pelanggan, menjaga etika pelayanan, menerapkan konsep *hybrid self service* dan menentekuan strategi untuk memuaskan pelanggan. Pola komunikasi interpersonal barista kepada pelanggan yang diterapkan oleh barista yang berada di Lexo Coffe And Roastery sudah tepat dilakukan. Dalam melakukan komunikasi interpersonal setiap individu bebas memilih atau mengubah topik pembicaraan dan komunikasi interpersonal dapat didominasi salah satu pihak.

Kata kunci : Peran, Komunikasi Interpersonal, Barista Lexo Coffee And Roastery



Hak Cipta Ditangguhkan Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan atau menyatakannya secara tertulis dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Name
Departement
Title

: Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
: Communication Studies
: The Role of Barista Interpersonal Communication on Maintaining the Lexo Coffee And Roastery Market in Pekanbaru

This research was conducted at Lexo Coffee And Roastery, with the background being that the number of coffee or coffee shop businesses in Indonesia has started to grow significantly from year to year, for this reason, the importance of the role of barista interpersonal communication in maintaining the market has become a demand for survival in the coffee shop business in Indonesia. Indonesia at this time. This study aims to determine the role of barista interpersonal communication in maintaining the Lexo Coffee and Roastery market. Descriptive qualitative research is the type of method used in this study. Observations, interviews, and documentation are the data collection methods used. The informants of this research are all the owners of the Lexo Coffee And Roastery coffee shop and the baristas who work at Lexo Coffee And Roastery. The results of this study indicate that the process of interpersonal communication between baristas and customers carried out by baristas at Lexo Coffe and Roastery is appropriate. Baristas owned by Lexo Coffe And Roastery have carried out several interpersonal communication processes well, namely by paying attention to several aspects, such as grooming or barista appearance, greeting or greeting customers, maintaining service ethics, applying the hybrid self-service concept and determining strategies to satisfy customers. . The barista interpersonal communication pattern applied to the customer by the barista at Lexo Coffe And Roastery is appropriate. In conducting interpersonal communication each individual is free to choose or change the topic of conversation and interpersonal communication can be dominated by one party.

Keywords

: Role, Interpersonal Communication, Lexo Coffee And Roastery Barista

University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau sebagian isi tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersyukur kepada Allah Subhanahuwataala dengan mengucap *Ahamdulillahirobbil 'Alamin*, puja – puji syukur yang tak terhingga kepada Allah Subhanahuwataala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk menuliskan lembar – perlembar dalam penelitian skripsi ini. Sholawat beriringan salam senantiasa dituturkan kepada junjungan alam, Nabi besar, Nabi Muhammad Sholallahualaihiwassallam yang telah menarik umat muslim keluar dari zaman jahiliyah yang penuh dengan kegelapan menuju zaman yang terang – benerang serta dipenuhi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA DALAM MEMPERTAHANKAN PASAR LEXO COFFEE AND ROASTERY DI KOTA PEKANBARU”** ini dapat di buat dengan sebaik-baiknya.

Dalam penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar Serjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Pada penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan, baik dalam segi materi hingga dalam teknis penulisannya. Hal itu tentunya disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca yang ingin membangun karya tulis ilmiah yang sempurna.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik moral maupun materil, mudah-mudahan mendapat pahala di sisi Allah SWT. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Terima kasih kepada Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku Rektor UIN Suska Riau.
2. Terima kasih kepada Ibu Dr. Hj. Helmiati, M. Ag, Dr. H. Mas'ud Zein, MPd dan Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph, D selaku Wakil Rektor I,II dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi S.Pd, M.A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Dakwa dan Komunikasi UIN Suska Riau, Bapak Prof. Dr. Masduki M.Ag, Dr. Toni Hartono M.Si dan Dr. Drs. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I,II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Terima Kasih kepada Bapak Dr. M. Badri, SP, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

- Sege nap Bapak/Ibuk Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu, berbagi pengalaman, membeikan nasihat-nasihat yang terbaik serta membantu penulis selama perkulihan, semoga ilmu yang telah diberikan menuai keberkahan yang melimpah.
6. Terima kasih kepada Bapak Edison, S.Sos., M.I.Kom selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan serta waktu yang diluangkan kepada penulis.
 7. Terima kasih kepada Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos., M.Soc. Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, ilmu serta waktu yang diluangkan kepda penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih banyak bapak telah membantu penulis dan selama proses bimbingan selalu memberikan kemudahan untuk menghubungi bapak. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas amal jariyah yang berupa membimbing penulis selama menulis skripsi.
 8. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Irfan Sefriansyah dan Ibunda Roselinda yang tak henti-hentinya mendo'akan anaknya dan memberikan motivasi agar selalu semangat dan sabar,serta tidak lupa berdoa kepada Allah Subhanahuwata'ala dan semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan, kesehatan dan rezeki kepada orang – orang yang penulis cintai . Aamiin Yaa Robbal A'lamiin.
 9. Terima kasih kepada seluruh keluarga, Abangdaku tercinta Livandri Desta Saputra yang telah ikut memberikan semangat,motivasi,dorongan dan presure yang tiada habis – habisnya sampai skripsi ini selesai.
 10. Terima kasih kepada sahabat seperjuanganku, Mohd Raihan yang telah bersedia membantu sampai akhirnya skripsi ini siap dikerjakan.
 11. Kepada sahabatku kata terimakasih yang tak terhingga, Dinda Zulkarnain yang selalu ada dalam kondisi apapun siap sedia membantu.
 12. Dan kepada orang- orang baik yang penulis temui dan ikut serta memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa diucapkan satu persatu.

Semoga skripsi penulis ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamua'laikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 25 Mei 2023
Penulis,

UIN SUSKA RIAU

Muhammad Farell Alfatha Pasaribu
NIM. 11840313927



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	7
1.3 Ruang Lingkup Kajian	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.6.1 Kegunaan Teoritis	9
1.6.2 Kegunaan Praktis	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	17
2.2.2 Teori Pertukaran Sosial.....	23
2.2.3 Barista	28
2.3 Konsep Operasional.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran	31

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
3.3 Informan Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	36

BAB IV GAMBARAN UMUM LEXO COFFEE AND ROASTERY

4.1 Sejarah Dan Perkembangan Lexo Coffee And Roastery	38
4.2 Logo Lexo Coffee And Roastery	40
4.3 Lokasi Lexo Coffee And Roastery	40
4.4 Fasilitas Lexo Coffee And Roastery.....	41
4.5 Struktur Instansi Lexo Coffee And Roastery	44
4.6 Produk Lexo Coffee And Roastery	46


BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian.....	48
5.1.1 Proses Komunikasi Interpersonal	49
5.1.2 Pola Komunikasi Interpersonal.....	61
5.1.2.1 Pola Komunikasi Primer.....	62
5.1.2.2 Pola Komunikasi Sekunder.....	64
5.2 Pembahasan	65
5.2.1 Proses Komunikasi Interpersonal	65
5.2.2 Pola Komunikasi Interpersonal	68

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	71
6.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN I	75
LAMPIRAN II	81



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

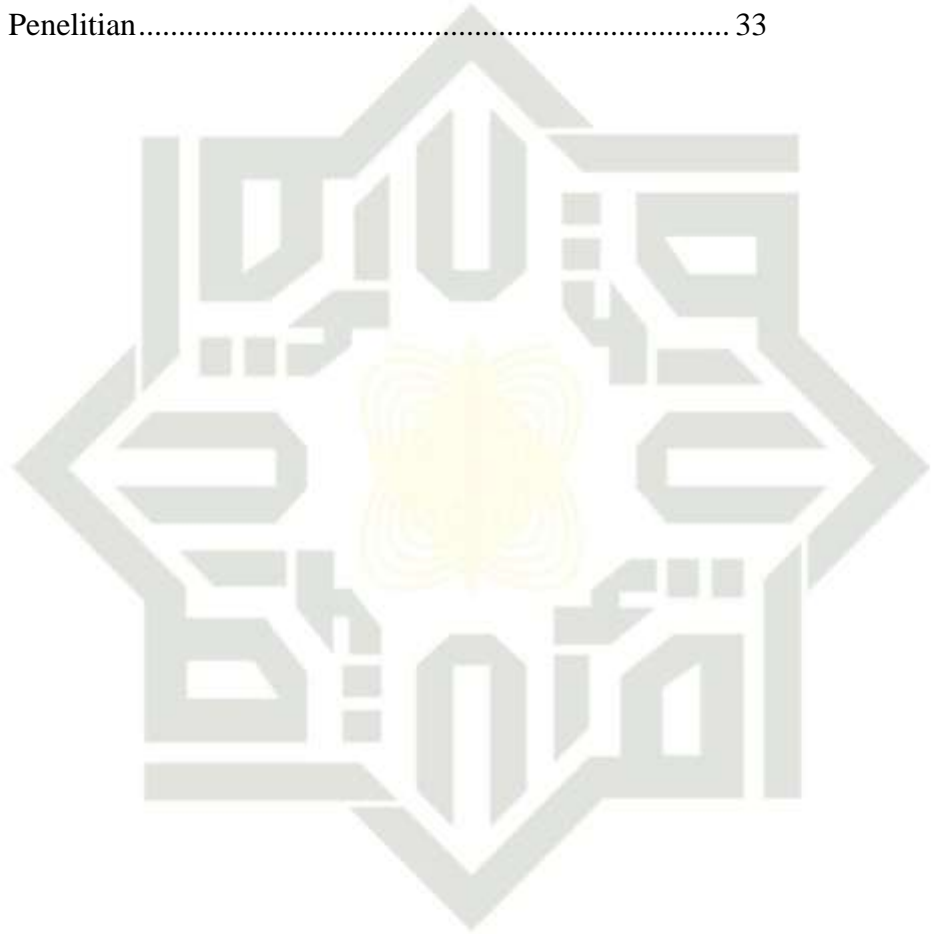
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman

Tabel 1	Data Pengunjung.....	5
Tabel 3	Informan Penelitian.....	33

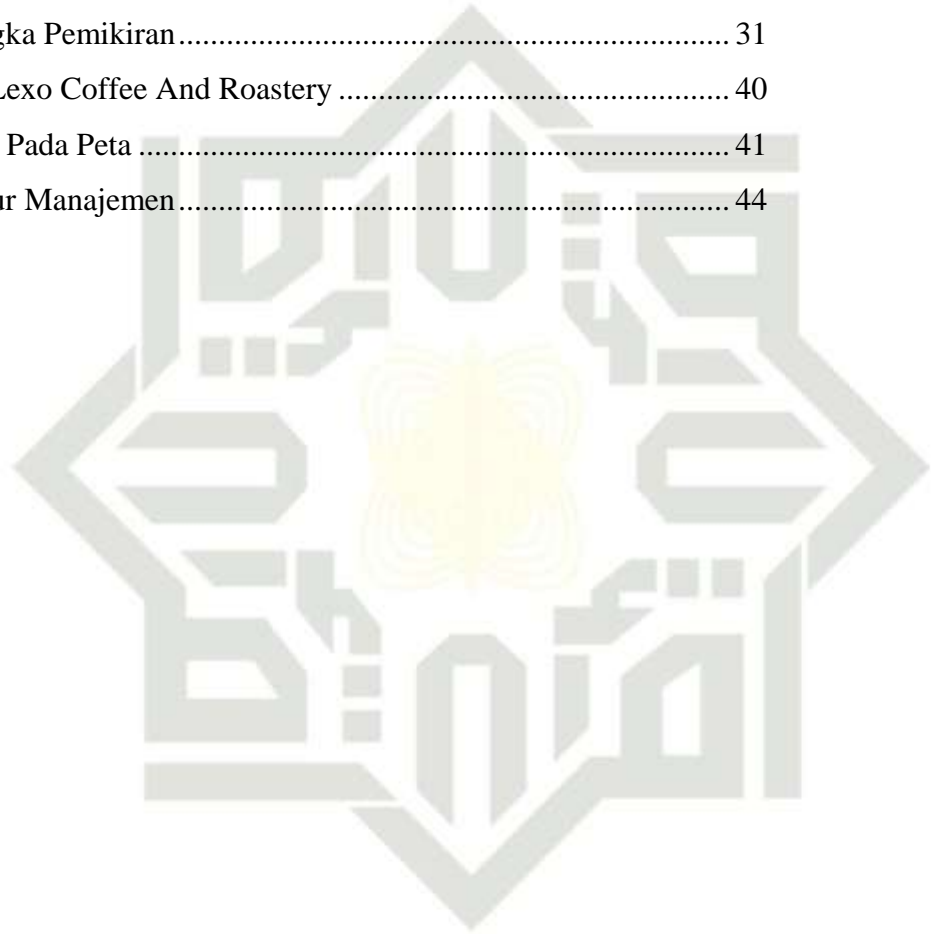


UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo Lexo Coffee And Roastery	40
Gambar 4.2 Lokasi Pada Peta	41
Gambar 4.3 Struktur Manajemen.....	44



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan makhluk hidup di dunia ini, khususnya manusia. Komunikasi menjadi alat untuk berinteraksi dengan manusia yang lainnya, dengan begitu mereka bisa hidup bersama, berdampingan dan saling membantu satu sama lain. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar bagi manusia. Komunikasi merupakan bertukar pesan-pesan dalam bentuk pemikiran dari individu satu dan individu lainnya, yang tidak hanya menggunakan kata-kata atau kalimat, tetapi juga intonasi, ekspresi wajah, titik putus lokal dan sebagainya¹. Manusia dan masyarakat melakukan komunikasi dalam mengungkapkan diri sendiri, untuk membentuk sosial dalam kehidupan bermasyarakat, serta untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat lainnya untuk mempunyai pola pikir dan perilaku seperti apa yang diinginkan sehingga, dengan menjalin komunikasi yang baik, individu mempersuasi individu lain untuk berperilaku sesuai apa yang diinginkan, tetapi terkadang individu merasakan komunikasi yang kurang efektif dikarenakan kesalahan dalam menangkap pesan yang diterimanya. Komunikasi menjadi kunci penting dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya dalam hal pemasaran².

Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, seperti di kampus, di tempat kerja, di jalan, di pasar, di masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam sebuah komunikasi. Manusia merupakan makhluk sosial yang akan selalu berkeinginan untuk berinteraksi, tukar menukar gagasan, menerima dan mengirim informasi, berbagi pengalaman, bekerja sama dengan orang lain dan lain

¹ Nealimun, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2016), hlm. 28.

² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 4.



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagainya. Berbagai keinginan tersebut hanya akan terpenuhi apabila terjadi interaksi antar sesama dalam suatu kegiatan tertentu. Berbagai aktivitas tersebut menunjukkan bahwa manusia memiliki naluri untuk hidup berdampingan, berinteraksi dan bergaul dengan orang lain. Komunikasi menjadi sangat penting perannya bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik karena komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang mempengaruhi perilaku, dimana untuk menghasilkan sebuah pesan yang mereka salurkan melalui suatu saluran, sumber dan penerimaannya sengaja menyandi perilaku mereka. Hal tersebut bertujuan untuk merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu sebagai akibat dari hubungan sosial³.

Proses komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa informasi, opini, gagasan dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa kemarahan, keyakinan, keberanian, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Adakalanya seseorang menyampaikan buah pikirannya kepada orang lain tanpa menampakkan perasaan tertentu. Pada saat yang lain, seseorang juga menyampaikan perasaannya kepada orang lain tanpa pemikiran. Tidak jarang pula disadari atau tidak disadari seseorang menyampaikan pemikirannya kepada orang lain disertai perasaan tertentu. Apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, maka komunikasi akan berhasil, begitu pula sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

Interaksi atau komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih disebut sebagai komunikasi interpersonal. Menurut Barnlund komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan timbal balik yang langsung. Komunikasi interpersonal selalu dihubungkan dengan pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang

³ Dedy Mulyana, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990), hlm. 15.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

terjadi secara spontan dan tidak berstruktur. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses. Proses yang dimaksud yakni sebuah transaksi dan interaksi. Transaksi yang dimaksud adalah mengenai gagasan, ide, pesan, simbol atau informasi. Sedangkan yang dimaksud interaksi adalah mengesankan adanya suatu tindakan yang berbalaskan⁴.

Bisnis kopi atau *coffee shop* di Indonesia mulai tumbuh secara signifikan. *Coffee shop* besar asal Amerika *Starbucks* pun hadir di Indonesia pada tahun 2001 karena melihat peluang yang amat besar di Indonesia. Saat ini, kedai kopi telah menjamur diseluruh penjuru Indonesia, tak terkecuali Kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru sebagai salah kota besar di Pulau Sumatera memiliki banyak *coffee shop* yang biasa digunakan sebagai tempat berkumpulnya para kaula muda. Penyedia layanan minuman berbasis kopi di Kota Pekanbaru sangat banyak, yang tentunya menimbulkan dampak yakni persaingan pasar.

Adapun fenomena perkembangan jumlah *coffee shop* di Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1
Persentase Pertumbuhan Jumlah Coffeeshop Di Kota Pekanbaru
Periode 2018-2022

NO	TAHUN	JUMLAH	PERSENTASE PERTUMBUHAN
1	2018	135	-
2	2019	201	48,89%
3	2020	234	16,42%
4	2021	305	30,34%
5	2022	389	27,63%

Sumber : BPS Kota Pekanbaru, 2023.

Dari tabel diatas, memperlihatkan bahwa pertumbuhan angka *coffee shop* di Kota Pekanbaru cukup tinggi. Persentase terendah berada di tahun 2020, dimana saat itu, pemerintah memberlakukan PSBB saat pandemi Covid-19 berlangsung, yang mengakibatkan, masyarakat memilih untuk tidak keluar dari rumah. Sedangkan

⁴ Yoyon Mudjiono, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hlm. 9.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pertumbuhan tertinggi, terletak pada tahun 2021, dimana sejak pemerintah melonggarkan kebijakan PSBB, masyarakat sudah banyak kembali beraktivitas diluar rumah, yang kembali menaikkan antusias masyarakat untuk kembali datang ke *Coffee shop*.

Persaingan bisnis usaha sejenis yang begitu ketat, membuat pemilik *coffee shop* merencanakan strategi untuk mempertahankan konsumennya, salah satunya yakni memperbaiki maupun menambahkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. 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 konsumennya. Joseph A. Micheli pada buku yang berjudul *the Starbucks Eksperience* mengungkapkan bahwa kata Barista berasal dari bahasa Italia yang berarti *bartender*, yakni seseorang yang menyiapkan dan meracik minuman berbasis *espresso*. Meskipun istilah Barista digunakan untuk menyebut orang yang menyiapkan kopi, namun secara teknis Barista adalah seseorang yang telah terlatih secara professional untuk membuat *espresso*, dan memiliki keahlian tingkat tinggi dalam meracik kopi yang melibatkan berbagai campuran dan rasio semacam *latte* atau *cappuccino*. Seorang Barista juga harus memiliki kemampuan menggunakan alat-alat pembuat kopi⁵.

Barista tentunya harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Dalam konteks komunikasi, tentunya kemampuan komunikasi yang dibutuhkan oleh seorang Barista adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi lawan bicaranya secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Dengan adanya komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi intensitas hubungan diantara mereka. Dalam konteks ini adalah Barista dengan

⁵ Yulin Masdakaty, *Sekilas Tentang Barista*, diakses pada tanggal 28 Januari 2020 dari <https://malah.ottencoffee.co.id/sekilas-tentang-barista/>

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen. Tingkat kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh perbedaan perlakuan atau kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Seorang konsumen, jika merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Konsumen akan merasa puas apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik, salah satunya yakni karyawan harus memiliki kemampuan membaca sikap dan komunikasi yang baik, dalam hal ini adalah komunikasi antarpribadi. Komunikasi interpersonal pada dasarnya dapat menentukan dan mempengaruhi sikap seseorang dengan menangkap pesan yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal. Seperti kegiatan pelayanan di Lexo Coffe And Roastery yang terletak di Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru.

Lexo Coffe and Roastery adalah salah satu *coffe shop* yang sudah berdiri sejak tahun 2018. Lexo Coffe and Roastery adalah salah satu *coffe shop* yang memadukan konsep minimalis dan elegan dalam dekorasi interiornya. Selain itu, Lexo Coffe and Roastery juga dikenal dengan salah satu *coffe shop* yang memiliki barista-barista berpengalaman dengan pengetahuan terkait kopi yang cukup mumpuni, hal tersebut terlihat dari banyak pelanggan yang diberikan edukasi langsung oleh barista ketika seduh menyeduh kopi yang dipesan. Dari hal tersebut, tidak heran apabila jumlah pengunjung dari Lexo Coffe and Roastery setiap tahunnya selalu meningkat. Untuk di tahun 2022, Lexo Coffe and Roastery mencatat total jumlah pengunjung sebanyak 15.000 orang sepanjang tahun 2022. Jumlah tersebut merupakan jumlah tertinggi sejak berdiri di tahun 2018. Adapun data pengunjung Lexo Coffe and Roastery per bulan pada tahun 2022 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Pengunjung Lexo Coffe and Roastery Per Bulan Tahun 2022

NO	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
1	JANUARI	987
2	FEBRUARI	786

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	MARET	1.006
4	APRIL	932
5	MEI	1.456
6	JUNI	1.342
7	JULI	1.223
8	AGUSTUS	1.677
9	SEPTEMBER	1.407
10	OKTOBER	1.345
11	NOVEMBER	2.098
12	DESEMBER	2.134
TOTAL		15.293

Sumber : Manajemen Lexo Coffe and Roastery, 2023

Dari data diatas, terlihat bahwa jumlah data pengunjung Lexo Coffe and Roastery mengalami peningkatan tiap bulannya sejak Januari 2022 hingga Desember 2022 yang mengalami peningkatan kurang lebih 200 persen dari awal tahun. Hal tersebut juga disampaikan oleh manajemen Lexo Coffe and Roastery pada saat wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menyampaikan bahwa, peran komunikasi Barista sangat berpengaruh dalam memperoleh dan mempertahankan kepuasan konsumen. Barista hendaknya mampu berkomunikasi dengan tepat dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar konsumen merasa dipuaskan dari segi pelayanan. Dengan begitu, eksistensi dari kedai kopi tersebut akan tetap terjaga. Hal yang mendasari peneliti melakukan penelitian tentang fenomena ini adalah sebagai berikut:

Tingginya angka pertumbuhan jumlah *coffe shop* di Kota Pekanbaru, tentunya menuntut para pemilik *coffe shop* untuk menyajikan inovasi pelayanan yang berbeda, khususnya komunikasi yang berlangsung antara barista dengan konsumen. Hal ini tentunya patut untuk diteliti bagaimana para barista dapat menjalin komunikasi yang efektif agar tercipta suasana yang ramah bagi konsumen.

Bisnis *coffee shop* di Indonesia belakangan ini menjadi bisnis yang menjanjikan dan banyak bermunculan *brand-brand* kopi atau *coffee shop*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan konsep unik dan kekinian yang sangat disukai oleh para kaula muda;

Lexo Coffee And Roastery merupakan salah satu *coffee shop* tersohor yang berada di Kota Pekanbaru. Konsep minimalis yang diadopsi dari Klinik Kopi yang berada di Kota Yogyakarta oleh Lexo Coffee And Roastery menjadi tempat yang sangat *artsy* untuk berfoto. Tempat yang strategis dan menu-menu yang ditawarkan menjadikan Lexo Coffee And Roastery sebagai tempat yang sangat nyaman untuk disinggahi; dan Lexo Coffee And Roastery banyak di *review* oleh *food blogger* atau *travel blogger*. Salah satunya adalah akun media sosial ternama di Kota Pekanbaru, yaitu : @kulinerpku.

Demikian beberapa realita lapangan yang dapat peneliti paparkan sebagai pijakan awal mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait peran barista dalam menjalankan komunikasi interpersonal dengan judul : **“Peran Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery”**.

1.2 Penegasan Istilah

Komunikasi Interpersonal

Menurut Pearson, komunikasi interpersonal adalah suatu proses yang digunakan dalam pesan-pesan untuk mendapatkan kesamaan arti setidaknya antar dua orang di dalam sebuah kondisi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar⁶. Komunikasi interpersonal adalah salah satu jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi interpersonal sendiri merupakan suatu proses penyampaian pesan yang melibatkan dua orang secara tatap muka dan menimbulkan

⁶ Judy C. Pearson, *Human Communication*, (New York : Aptara, 2011), hlm. 31.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efek sebagai bentuk *feedback* dari pesan yang disampaikan⁷. Komunikasi interpersonal adalah sebuah cara yang membuat dua orang bertukar informasi, yang disampaikan melalui pesan verbal maupun nonverbal. Definisi ini menunjukkan fakta penting bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya mementingkan tentang bahasa yang digunakan, tetapi bagaimana cara bahasa itu diucapkan, misalnya pesan nonverbal yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah⁸.

Barista

Barista adalah sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya meracik dan menyajikan kopi kepada pelanggan. Di Italia, Barista adalah salah satu profesi yang paling didambakan. Menjadi Barista membutuhkan belajar yang profesional, maka dari itu profesi ini bukanlah profesi yang sembarangan karena untuk menjadi seorang Barista membutuhkan dedikasi waktu hingga menguasai seni terbaik cara membuat kopi. Di *coffee shop* sendiri posisi seorang Barista adalah posisi kunci dan krusial, karena di tangan merekalah keberhasilan cita rasa dan penyajian dari setiap produk kedai kopi ditentukan dan dipertaruhkan. Barista juga harus menguasai mesin kopi. Hal-hal penting seperti mempertimbangkan faktor takaran air, kopi yang dipakai serta campurannya harus dikuasai oleh seorang Barista. Untuk menjadi Barista yang terpenting adalah harus suka minum kopi. Menjadi seorang Barista bukan hanya sekedar meracik dan menyajikan kopi, Barista juga harus bisa memberikan edukasi kepada konsumen tentang kopi yang ia racik. Apabila seorang konsumen tersenyum saat memin kopi racikan Barista, itu pertanda Barista berhasil meracik kopi yang enak⁹.

⁷ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 3.

⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 26.

⁹ Dede Haryanto, "Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista Dan Konsumen dalam Menciptakan Kepuasan", (Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung, 2018), hlm. 39.

1.3 Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian pada penelitian ini membahas peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery di Kota Pekanbaru.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dapat diarik dalam penelitian ini, sebagai berikut bagaimana peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery di Kota Pekanbaru?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery di Kota Pekanbaru.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian ini.
2. Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan dibidang *Public Relations* yang berguna dalam mempertahankan ilmu khususnya ilmu komunikasi dalam bidang kehumasan.
3. Sebagai bahan tambahan pengetahuan bagi pemilik *coffe shop* di Indonesia, khususnya di Kota Pekanbaru.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak (pembaca) yang ingin mendalami bidang *Public Relations* (Humas).
2. Memberikan sumbangan pemikiran pihak Lexo Coffee And Roastery dalam meningkatkan kinerja pemasarannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University
Syarif Kasim Riau

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dari beberapa pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang penulis susunkan menjadi beberapa bagian :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang kajian terdahulu, kajian teori, konsep operasional dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada Bab ini membahas tentang deskripsi umum tempat penelitian dalam hal ini adalah Lexo Coffee And Roastery Kota Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran umum penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam tahapan pertimbangan untuk penelitian ini dan untuk menghindari kegiatan duplikasi maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang telah lebih dahulu melakukan kegiatan penelitian, selain menjadi pertimbangan penelitian terdahulu ini juga sangat membantu peneliti dalam mendapatkan gambaran bentuk pemikiran-pemikiran (ide) dalam melaksanakan penelitian ini.

Adapun beberapa penelitian yang mengacu pada penelitian penulis yaitu :

1. Penelitian pertama berjudul “**Komunikasi Interpersonal Barista dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Barista Roketto Coffee Malang)**”. Anik Herawati. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapati hasil bahwa : 1) pola komunikasi interpersonal antara Barista dengan pelanggan adalah pola komunikasi interaktif atau sirkular; 2) dalam melakukan komunikasi interpersonal Barista dan pelanggan menggunakan komunikasi verbal berupa bahasa lisan dan tulisan dan nonverbal berupa senyuman, pandangan mata, gerakan anggota tubuh dan busana yang dipakai; 3) bahasa merupakan penghambat komunikasi; dan 4) karakter individu menjadi penghambat dalam komunikasi. Selain itu, proses komunikasi interpersonal antara Barista dengan pelanggan dimulai dengan pemberian *greeting* oleh Barista. Pola komunikasi yang terbentuk antara Barista dengan pelanggan adalah model komunikasi interaktif atau sirkular. Barista dan pelanggan dalam melakukan komunikasi mendapatkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalidjaja Kasim Riau

hambatan yakni berupa perbedaan bahasa dan karakter individu yang berkaitan dengan faktor emosi seseorang¹⁰.

Penelitian kedua berjudul “**Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista dalam Mempertahankan Citra Starbucks Chinatown**”. Ivan Setiawan dan Septia Winduwati. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapati hasil bahwa barista menerapkan semua aspek sikap yang berhubungan dengan tujuan komunikasi interpersonal dalam bisnis, yaitu menyampaikan informasi, berbagi pengalaman, rasa simpati, melakukan kerja sama, mengatasi keluhan dari pelanggan, dan juga memotivasi atau mendukung konsumen. Penyampaian informasi sering terjadi antara barista dan konsumen di POS (mesin kasir). Terjadi komunikasi dua arah antara barista dan konsumen. Barista juga tetap menjalin hubungan dan melakukan kerjasama di luar jam kerja. Barista juga profesional ketika menghadapi kekesalan atau kekecewaan konsumen¹¹.

3. Penelitian ketiga berjudul “**Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Pelanggan (Studi Pada Coffee Shop Kopi Ortu Sidoarjo)**”. Vira Asri Rian Insancamila, Muchamad Rizqi dan Fitri Norhabiba. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapati hasil bahwa komunikasi interpersonal yang dibangun oleh barista Kopi Ortu Sidoarjo kepada para pelanggan telah membentuk pertukaran sosial, yang dimana dalam proses pertukaran sosial terjadi pertukaran kepentingan yang saling menguntungkan pada

¹⁰ Anik Herawaty, “Komunikasi Interpersonal Barista dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Barista Roketto Coffee Malang)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

¹¹ Ivan Setiawan dan Septia Winduwati, “Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista dalam Mempertahankan Citra Starbucks Chinatown”, (Jurnal Koneksi EISSN 2958 – 0785 Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalijaga Kasim Riau

aktivitas komunikasi interpersonal antara barista dengan pelanggan menghasilkan sebuah loyalitas pelanggan pada Kopi Ortu Sidoarjo¹².

4. Penelitian keempat berjudul **“Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Barista di Klinik Kopi Yogyakarta)”**. Dhevi Elsanda Aprilia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen komunikasi interpersonal yang dibangun untuk mempertahankan pelanggan sudah sesuai dan tercakup dalam kegiatan pelayanan barista dengan pelanggan. Komunikasi menjadi hal utama dalam inovasi pelayanan di Klinik Kopi, sehingga pengunjung dapat teredukasi tentang kopi¹³.

5. Penelitian kelima berjudul **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen”**. Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan dengan bahwa nilai F hitung (23,857) lebih besar dari F tabel (3,09) dan nilai signifikansi sebesar (0,000<0,05), serta koefisien determinasi sebesar 48,2%. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi interpersonal berpengaruh secara positif dan signifikan, serta memberi kontribusi sebesar 48,2% terhadap kepuasan konsumen pada Sekutu Kopi, sedangkan 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini¹⁴.

¹² Vira Asri Rian Insancamila, Muchamad Rizqi dan Fitri Norhabiba, “Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Pelanggan (Studi Pada Coffee Shop Kopi Ortu Sidoarjo)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2021).

¹³ Dhevi Elsanda Aprilia, “Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Barista di Klinik Kopi Yogyakarta)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2021).

¹⁴ Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono, “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Penelitian keenam berjudul **“Analisis Komunikasi Antar Pribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Coffee Shop Piacevole Di Medan)”**. Khairina Sophia Ranti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Barista dalam bekerja memberikan pelayanan dengan “Senyum, Salam dan Sapa” dan dengan penampilan Custom diberikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian konsumen, selain itu Barista, senantiasa menunjukkan sikap dan sifat ramah dalam berperilaku, seperti, menyapa, oleh sebab itu sikap dan sifat ramah menjadi tuntutan bagi setiap Barista. Barista sebelum terjun kelapangan diberikan berbagai pelatihan keterampilan, seperti berkomunikasi, dan bersikap, keterampilan melayani cepat dan ramah, mengenal karakteristik biji kopi, keterampilan meraracik biji kopi, selanjutnya bekerja keras¹⁵.

7. Penelitian ketujuh berjudul **“Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Konsumen Dalam Pelayanan Jasa Di Niti Samasta Coffeshop”**. Galih Adhi Santoso. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Proses komunikasi *barista* menggunakan komunikasi interpersonal, Hal ini terlihat ketika barista menggunakan bahasa lisan dan isyarat tubuh untuk membuka komunikasi dengan konsumen. Artinya, pelayanan jasa barista bekerja berdasarkan SOP. Semua proses komunikasi pasti ada hambatan, Hambatan menunjukkan bahwa komunikasi barista kurang efektif sehingga pengangan masalah yang tepat dari barista dapat mengganti rasa ketidakpuasan konsumen menjadi

Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2 Agustus 2019, 2019).

¹⁵ Khairina Sophia Ranti, “Analisis Komunikasi Antar Pribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Coffee Shop Piacevole Di Medan)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Hassanudin Kasim Riau

lega dan hambatan itu menjadi bahan intropeksi barista dalam melakukan pelayanan selanjutnya¹⁶.

Penelitian kedelapan berjudul **“Analisis Strategi Komunikasi Interpersonal Barista *Coffee Shop* Space Roastery Di Yogyakarta”**.

Novita Sari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : a) proses komunikasi yang interaktif dengan mengembangkan pendekatan serta melakukan *story telling*; b) menunjukkan sikap barista dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan memperlangsungkan komunikasi pelayanan prima dengan mengembangkan dan meliputi pendekatan humanistik, diantaranya yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan; dan c) pola komunikasi verbal dan non verbal terhadap pelanggan yang terlihat dari sisi verbal yakni segi penampilan barista yang rapi, kalimat tutur kata yang terucap ketika melakukan pelayanan terhadap pelanggan dan juga berupa sambutan terhadap pelanggan yang baru datang. Dari sisi non verbal terlihat dari segi gerakan tubuh yang menunjukkan bahwa barista menghargai pelanggan. Gerakan tubuh yang dimaksud yakni gerakan tangan saat menjelaskan atau menanggapi suatu hal dari pelanggan, komunikasi non verbal yang dilakukan barista juga terlihat dari cara merespon pelanggan yang memiliki tunawicara¹⁷.

Penelitian kesembilan berjudul **“Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK)”**. Roki Albalafif dan Hery B Cahyono. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas Kampung Kopi ini ingin menunjukan kopi khas Bondowoso dan juga

¹⁶ Galih Adhi Santoso, “Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Konsumen Dalam Pelayanan Jasa Di Niti Samasta Coffeshop”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021).

¹⁷ Novita Sari, “Analisis Strategi Komunikasi Interpersonal Barista *Coffee Shop* Space Roastery Di Yogyakarta”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, 2021).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

ingin mengangkat kota Bondowoso sebagai kota republik kopi terhadap masyarakat luas. Jadi Kampung Kopi menjalin kerjasama dengan pihak terkait yaitu Disparpora dan juga Bank Jatim dimana mereka mempunyai hubungan komunikasi Interpersonal untuk mengeksistensikan Bondowoso sebagai kota Republik kopi. Karena melihat dari potensi kopinya, kota Bondowoso memang dikenal dengan kopi *arabica* dan *robusta* sehingga Bondowoso dijuluki sebagai “Bondowoso Republik Kopi”. Dengan tujuan meningkatkan kuantitas dari produksi kopi dan meningkatkan daya tarik wisatawan di Bondowoso¹⁸.

10. Penelitian kesepluuh berjudul “**Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Kedai Kopi Flambojan)**”. Dede Haryanto. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi antarpribadi yang diterapkan pada barista pada kedai kopi Flambojan perlu diapresiasi dan dapat dijadikan referensi dalam dunia pelayanan. Dalam komunikasi antar pribadi pendekatan humanistik terdapat 3 aspek yang dikatakan sudah berjalan baik, yaitu sikap keterbukaan, empati dan positif. Seorang barista terbukti mampu menciptakan kepuasan pada konsumen melalui komunikasi antar pribadi pendekatan humanistik. Dalam aspek keterbukaan barista mencerminkan dengan bahasa verbal dan non verbal, bahasa verbal pada aspek sikap keterbukaan barista bersedia menjelaskan minuman yang akan dikonsumsi oleh konsumen baik dari jenis, pengolahan maupun metode seduh, serta barista juga terbuka dalam menerima saran dari konsumen. Kemudian bahasa verbal dan non verbal pada sikap empati dicerminkan dengan sikap barista yang selalu bertanya kekurangan minumannya kepada konsumen ketika

¹⁸ Roki Albalafif dan Hery B Cahyono, “Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK)”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, 2019).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Saleh Ismail, Universitas UIN Suska Riau
 Al Kasim Riau

minumannya tidak diminum dan selalu mencontohkan kepada konsumen cara metode seduh ketikan konsumen terlihat tertarik dengan metode seduh pada bahasa verbal dan non verbal sikap positif barista selalu menyapa konsumen ketika datang ke kedai dan selalu memberikan senyuman¹⁹.

2. Landasan Teori

Secara umum, pada dasarnya teori digunakan sebagai panduan untuk memahami realita. Teori akan membantu manusia untuk menggambarkan, menjelaskan, meramalkan, dan kadang-kadang mengendalikan sebuah fenomena yang kita hadapi.

2.2.1 Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah salah satu jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi interpersonal sendiri merupakan suatu proses penyampaian pesan yang melibatkan dua orang secara tatap muka dan menimbulkan efek sebagai bentuk feedback dari pesan yang disampaikan²⁰. Komunikasi interpersonal adalah sebuah cara yang membuat dua orang bertukar informasi, yang disampaikan melalui pesan verbal maupun nonverbal. Definisi ini menunjukkan fakta penting bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya mementingkan tentang bahasa yang digunakan, tetapi bagaimana cara bahasa itu diucapkan, misalnya pesan nonverbal yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah²¹.

Komunikasi interpersonal juga bisa dikatakan sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung saat itu juga baik verbal maupun nonverbal. Dari

¹⁹ Dede Haryanto, "Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Kedai Kopi Flambojan)", (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung, 2018).

²⁰ Sranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm, 3.

²¹ Ali Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm, 26.



Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa definisi tersebut dapat dikemukakan pengertian komunikasi interpersonal yakni proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan dan penerima pesan baik secara verbal maupun nonverbal langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media komunikasi. Sedangkan komunikasi tidak langsung dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu seperti, telephon, telegram, surat dan lain sebagainya.

Keberhasilan komunikasi merupakan tanggung jawab para pesertanya yakni komunikator dan komunikan. Kedekatan hubungan pihak yang berkomunikasi tercermin pada jenis pesan atau respon verbal maupun nonverbal, seperti sentuhan, ekspresi wajah dan jarak komunikasi yang dekat. Dalam melakukan komunikasi interpersonal setiap individu bebas memilih atau mengubah topik pembicaraan dan komunikasi interpersonal dapat didominasi salah satu pihak. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif, maka diperlukan sikap saling terbuka, percaya, dan saling mendukung. Hal tersebut mendorong timbulnya sikap saling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas hubungan kedua belah pihak dalam sebuah proses komunikasi interpersonal.

2. Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi interpersonal akan terjadi apabila pengirim menyampaikan suatu informasi berupa lambang verbal maupun nonverbal kepada penerima dengan menggunakan medium berupa suara manusia, maupun dengan medium tulisan. Dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara *integrative* berpadu sesuai dengan karakteristik dari komponen itu sendiri.

²² Ali Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm, 65-71.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sumber/komunikator

Dalam konteks komunikasi interpersonal komunikator adalah seseorang yang menciptakan, memformulasikan dan menyampaikan pesan.

Encoding

Adalah suatu aktivitas internal pada komunikator dalam memformulasikan isi pikiran ke dalam kata-kata, simbol-simbol dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan bagaimana cara penyampaiannya.

Pesan

Merupakan hasil *encoding* dan unsur yang sangat penting dalam aktivitas komunikasi. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan komunikator yang selanjutnya disampaikan kepada pihak lain.

4. Saluran

Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam konteks komunikasi interpersonal, selama masih memungkinkan untuk melakukan komunikasi secara tatap muka, maka saluran atau media tidak lagi diperlukan karena komunikasi interpersonal tatap muka jauh lebih efektif.

Penerima/komunikan

Adalah seseorang yang menerima, memahami dan menginterpretasikan pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan komunikan juga melakukan proses interpretasi dan memberikan *feedback*.

Decoding

Merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Secara bertahap *decoding* dimulai dari proses sensasi, yaitu proses dimana indera menangkap stimuli. Misalnya telinga mendengar bunyi, mata melihat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Sate Ismirt University of Sultan Syarif Kasim Riau

objek, dan sebagainya. Proses sensasi dilanjutkan dengan persepsi, yakni proses memberi makna atau *decoding*.

7. Respon

Yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai tanggapan terhadap pesan. Pada dasarnya, respon merupakan informasi bagi pengirim pesan sehingga ia dapat menilai efektifitas komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada.

8. Gangguan (*noise*)

Gangguan merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan.

9. Konteks komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam satu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu dan nilai. Agar komunikasi interpersonal dapat berjalan secara efektif, maka pihak komunikator dan komunikan perlu mempertimbangkan konteks komunikasi ini.

3. Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi merupakan langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dengan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah yakni sebagai berikut²³:

1. *Keinginan berkomunikasi.* Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.
2. *Encoding oleh komunikator.* Komunikator memformulasikan isi pikiran atau gagasan kedalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya untuk disampaikan.
3. *Pengiriman pesan.* Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi. Saluran yang

²³ Ali Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm, 11.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

saluran. Dalam pola ini terdapat dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang nonverbal. Lambang verbal yaitu bahasa sedangkan lambing nonverbal berupa isyarat dengan anggota tubuh.

Pola Komunikasi Sekunder

Merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan alat atau sarana karena yang menjadi sasaran komunikasi berada jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

Berikut beberapa pola atau model dari komunikasi interpersonal, diantaranya:

1. Model Linear

Model linear digambarkan sebagai komunikasi satu arah dari pengirim ke penerima dan penerima bersifat pasif. Implikasinya adalah pendengar tidak pernah mengirim pesan dan hanya menyerap secara pasif apa yang disampaikan komunikator. Dalam proses komunikasi ini bisa terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga ada kalanya komunikasi bermedia. Pesan yang disampaikan akan lebih efektif apabila ada perencanaan sebelum melakukan komunikasi²⁶.

2. Model interaktif

Model interaktif menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan *feedback* sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikan. Ketika pengalaman berkomunikasi masih minim, kesalahpahaman sangat mungkin terjadi²⁷.

3. Model Transaksional

Model komunikasi transaksional tidak melihat seseorang apakah berperan sebagai komunikator atau komunikan. Kedua belah pihak yang

²⁶ Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 43.

²⁷ Julian T. Wood, *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 20.



© Hak cipta milik UIN SUSKA RIAU
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkomunikasi berada dalam posisi yang setara dan saling bertukar peran secara bergantian. Artinya, selama proses komunikasi seseorang bisa menjadi komunikator atau komunikan atau melakukan keduanya dalam waktu yang bersamaan (menginterpretasikan pesan dari orang lain sambil menganggukkan kepala sebagai tanda setuju. Perilaku verbal dan nonverbal bersifat saling mempengaruhi satu sama lain²⁸.

5 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Berikut beberapa tujuan komunikasi interpersonal²⁹:

1. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain;
2. Menemukan diri sendiri. Seseorang melakukan komunikasi interpersonal juga bertujuan mengetahui dan mengenali karakteristik diri berdasarkan informasi dari orang lain;
3. Menemukan dunia luar;
4. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis;
5. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku;
6. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu;
7. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi; dan
8. Memberikan bantuan (konseling).

2.2.2 Teori Komunikator Humanistik

1. Pengertian Teori Komunikator Humanistik

Effendy mengatakan bahwa komunikator humanistik adalah diri seseorang yang unik dan otonom, dengan proses mental mencari informasi secara aktif, yang sadar akan dirinya dan keterlibatannya dengan masyarakat, memiliki kebebasan

²⁸ Julian T. Wood, *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 21.

²⁹ Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), hlm. 256.



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memilih, dan bertanggung jawab terhadap perilaku yang diakibatkan³⁰. Terdapat tiga pandangan tentang sifat manusia, yaitu: Behavioristik, Psikoanalitik, dan Humanistik. Effendy mengatakan aliran ketiga dari pandangan sifat manusia adalah aliran humanistik, tokoh aliran ini adalah Abraham Maslow.

Pandangan humanis seperti dikemukakan oleh Rogers adalah bahwa:

1. setiap manusia hidup sebagai pribadi dalam dunianya sendiri, dan mencari makna berdasarkan pemikiran dan pengalamannya;
2. manusia berusaha untuk mengaktualisasikan dirinya dengan mempertahankan keakuannya;
3. realitas yang ada dalam lingkungannya ditanggapi dengan cara dan prinsip yang sesuai dengan dirinya; dan
4. pandangan hidupnya berkembang berdasarkan pada hasil penalaran, perasaan dan pengalaman.

Perhatian mereka pada hal-hal yang berhubungan dengan kepribadian dan peranan etika perorangan dalam membuat keputusan. Menurut Mazhab Humanisme, tingkah laku manusia yang baik adalah yang sesuai dengan kodrat manusia, yakni nilai manusiawinya. Dalam tindakan konkrit manusia, konkrit pulalah yang menjadi ukuran, sehingga pikiran, perasaan dan situasi seluruhnya turut menentukan baik buruknya tindakan konkrit itu. Penentuan baik buruknya tindakan yang konkrit itu adalah kata hati orang yang melakukan tindakan. Maka dapatlah dirumuskan “tindakan yang baik adalah tindakan yang sesuai dengan kodrat manusia, jadi tidak mengurangi atau menentang kemanusiaan. Humanisme merupakan filsafat hidup yang pada intinya adalah memanusiaikan manusia, yaitu yang mempunyai komitmen untuk terwujudnya manusia seutuhnya meliputi semua aspek perkembangan positif pribadi seperti cinta, kreativitas, makna, dan sebagainya. Setiap pribadi mempunyai kemampuan dan tanggungjawab atas kehidupannya yang mengarah pada kepentingan kemanusiaan.

³⁰ Ohong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 357.



Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Humanisme pada jaman Renaissance berlaku sebagai usaha untuk membebaskan pikiran rakyat dari beban gereja. Dengan pembebasan ini timbul usaha-usaha yang tak disiplin untuk memperoleh pengetahuan diri sendiri dengan perilaku eksentrik dan tidak konvensional. Konsep-konsep primer yang dolumbangkan humanisme renaissance adalah yang berhubungan dengan harga diri dan kebebasan serta kemampuan untuk mengetahui dan mengekspresikan perasaan-perasaan kita sendiri, pikiran-pikiran, dan pengalaman-pengalaman. Golongan eksistensialis mengisi psikologi humanistik ini dengan beberapa persoalan yang mendasar bagi kemanusiaan, termasuk fokus dasar mereka mengenai keberadaan dalam kehidupan (perkembangan kepribadian).

2. Teori yang Melandasi Komunikasi Humanistik

Jurgen Habermas merupakan tokoh generasi baru teori kritis. Ia termasuk pemikir kritis terhadap pemikiran Marxis ataupun Neo Marxis. Sebagai ilmuwan, besar sekali pengaruhnya bagi perkembangan ilmu-ilmu sosial dewasa ini dan banyak kepustakaan dan diskusi yang mengacu pada karyakaryanya. Sebagai salah satu teori sosial modern kontemporer, teori kritis dapat dikategorikan sebagai bentuk pemikiran modern dari para ilmuwan sosial yang berusaha menjawab tantangan persoalan-persoalan modern. Pada dasarnya teori kritis ini sangat dipengaruhi dan memiliki keterkaitan dengan pemikiran Marxis yang menitik beratkan kajiannya pada persoalan perbedaan dan dominasi kelas serta deterministik ekonomi di dalam masyarakat. Teori kritis ini sebagian besar terdiri dari kritik terhadap berbagai aspek kehidupan sosial dan intelektual, namun tujuan utamanya adalah mengungkapkan sifat masyarakat secara lebih akurat.

Beberapa kritikan dari teori kritis terhadap kehidupan masyarakat modern secara garis besar sebagaimana di rangkum Ritzer dan Goodman, sebagai berikut: Pertama, walaupun teori kritis berpijak pada teori Marxis, bukan berarti teori kritis setuju dengan pandangan dan pemikiran Marxis secara totalitas. Teori kritis melihat bahwa deterministik ekonomi yang mekanistik dengan menggunakan pendekatan revolusi merupakan suatu kesalahan teori Marxis. Dalam masyarakat yang modern,



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sociologi pembebasan masyarakat hanya dapat dilakukan dengan menyingkirkan distorsi komunikasi dari kekuasaan, dalam hal ini argumentasi merupakan alat untuk dapat membebaskan. Kedua, kritik terhadap positivisme sebagai suatu bentuk kritik terhadap akar filosofis dalam metode penelitian ilmiah. Pemahaman positivisme yang beranggapan bahwa metode ilmiah tunggal dapat diterapkan pada seluruh bidang kehidupan, termasuk dalam bidang sosial, tidak dapat diterima oleh para ilmuwan teori kritis. Teoritisi kritis lebih menyukai memusatkan perhatian pada aktivitas manusia maupun cara-cara aktivitas tersebut mempengaruhi struktur sosial yang lebih luas. Sehingga teoritisi kritis tidak dapat menerima gagasan bahwa hukum umum sains dapat diterapkan terhadap tindakan manusia begitu saja. Ketiga, kritik terhadap sosiologi yang diserang karena “keilmiahannya” yakni dengan menjadikan metode ilmiah sebagai tujuan di dalam bidangnya sendiri. Menurut teoritisi kritis, sosiologi lebih memerhatikan masyarakat sebagai satu kesatuan ketimbang memerhatikan individu dalam masyarakat, sehingga sosiologi mengabaikan interaksi individu dalam masyarakat. Keempat, kritik terhadap masyarakat modern, dimana teori kritis melihat bahwa masyarakat modern bagaimanapun juga tertindas oleh dominasi secara kultural, sehingga aliran kritis memfokuskan kajiannya pada penindasan kultural atas individu dalam masyarakat. Meski kehidupan modern rasional, aliran kritis memandang masyarakat modern penuh dengan ketidakrasionalan. Kelima, kritik terhadap kultur. Dalam hal ini teori kritis mengkritik pedas terhadap “industri kultur” yakni struktur yang dirasionalkan dan birokratisasikan (misalnya, jaringan televisi) yang mengendalikan kultur modern.

Teori kritis beranggapan bahwa industri kultur akan menghasilkan apa yang secara konvensional disebut “kultur Massa” yang didefinisikan sebagai kultur yang diatur tidak spontan, dimaterialkan, dan palsu, bukan sesuatu yang nyata”. Menurut Ritzer dan Goodman, kontribusi atau manfaat utama dari teori kritis adalah usahanya dalam mengorientasikan teori Marx ke arah subyektifitas, dimana representasi tersebut secara kuat memberikan pemahaman kepada kita tentang elemen subyektif dari kehidupan sosial. Kontribusi subyektif dari aliran kritis ini adalah pada tingkat



individual dan kultural. Pada akhirnya subyektifitas yang dikembangkan para teoritis teori kritis ini merembes pada kebudayaan. Sehingga aliran kritis telah melakukan pergeseran kajian kepada “suprastruktur kultural”, dan bukannya pada basis ekonomi. Salah satu faktor yang memotivasi pergeseran ini adalah bahwa minat aliran kritis mencakup aspek-aspek lain dari realitas sosial terutama kultur. Selain masalah subyektifitas di atas, perhatian lain yang menonjol dari aliran kritis ini adalah kontribusinya terhadap pemahaman ideologi, dimana menurut teori kritis ideologi merupakan suatu sistem ide, yang sering kali palsu dan mengaburkan yang diciptakan oleh elit sosial. Kontribusi dan manfaat kedua yang dapat kita rasakan dari teori kritis ini adalah pemahaman dan aplikasi pada tataran metode penelitian. Jika masa sebelum teori kritis berkembang metode pendekatan dalam ilmu sosial disamakan dengan metode pendekatan dalam ilmu alam, maka setelah teori kritis muncul banyak ilmuwan sosial mulai mengalihkan cara pendekatan metode mereka.

Selain kedua manfaat di atas, menurut Ritzer dan Goodman teori kritis juga memiliki minat yang besar terhadap dialektika pada totalitas sosial. Salah satu bentuk kongkrit dialektika yang dihasilkan teoritis kritis ini adalah apa yang menjadi minat Habermas yaitu hubungan antara pengetahuan dan kepentingan manusia. Menurutnya, sistem pengetahuan ada pada level obyektif, sedangkan kepentingan atau minat manusia adalah fenomena subyektif. Sehingga Habermas membedakan tiga sistem

3. Konsep Dan Indikator Teori Komunikator Humanistik

Konsep utama yang disumbangkan humanisme Renaissance adalah konsep mengenai martabat dan kebebasan serta kemampuan untuk mengetahui dan mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pengalaman. Aliran ini sering disebut “kekuatan ketiga” dalam ilmu jiwa. Namun model dari watak manusia bukanlah buah pikiran satu orang, tapi merupakan gabungan buah pikiran dari sejumlah terapis independen. Perpaduan dari semua pemikiran ini menjurus pada penggambaran watak manusia yang ideal dan harmonis. Maslow berpendapat, bahwa ilmu jiwa modern itu hanya didasarkan pada orang-orang yang sehat daripada yang sakit.



Bagaimana mungkin ilmu jiwa ini bisa memberikan pendapat yang wajar dari sistem kerja pikiran manusia. Hal ini membuat ia menekuni studi terhadap orang yang sehat. Teori Maslow (teori hirarki kebutuhan) sering digunakan untuk meramalkan perilaku orang dalam kelompok atau organisasi, dan bagaimana manipulasi atau membentuk perilaku tersebut dengan cara memenuhi kebutuhannya, meskipun Maslow sendiri tidak pernah bermaksud untuk meramalkan perilaku. Beliau hanya bertolak dari dua asumsi dasar, yaitu:

1. Manusia selalu mempunyai kebutuhan untuk berkembang dan maju; dan
2. Manusia selalu berusaha memenuhi kebutuhan yang lebih pokok terlebih dahulu sebelum berusaha memenuhi kebutuhan lainnya, artinya kebutuhan yang lebih mendasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan tambahan yang lebih tinggi mulai mengendalikan perilaku seseorang.

Pemikiran penting dari Maslow ini adalah: kebutuhan yang telah dipenuhi (sebagian atau keseluruhan) akan berhenti daya motivasinya, kemudian motivasinya berpindah ke upaya untuk memenuhi kebutuhan lainnya yang lebih tinggi. Pemahaman tentang adanya hubungan yang erat antara perilaku dan kebutuhan, seperti telah diuraikan dalam teori perilaku sebelumnya, adalah penting, paling tidak untuk dapat menciptakan kepuasan atau mengurangi ketidakpuasan individu anggota kelompok. Melalui pengamatan terhadap perilaku anggota kelompok dan dikaitkan dengan tingkat kebutuhannya, maka dapat dilakukan tindakan tertentu oleh anggota lainnya atau oleh pimpinan kelompok dalam rangka membentuk sebuah kelompok yang solid. Menurut Maslow, manusia mempunyai berbagai kebutuhan dalam hidup yang puncaknya adalah pada kebutuhan “aktualisasi diri,” yaitu: Kebutuhan biologis/fisiologis, kebutuhan keselamatan dan keamanan (safety dan security), kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki (sense of belonging), kebutuhan penghargaan (esteem), dan aktualisasi diri.



2.3.3 Barista
 1. Pengertian Barista
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.3 Barista

1. Pengertian Barista

Barista adalah sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya meracik dan menyajikan kopi kepada pelanggan. Joseph A. Michelli pada bukunya *The Starbucks Experience* menjelaskan istilah Barista sebagai arti dari 'Bartender' dalam bahasa Italia yang secara khusus meracik dan menyajikan espresso dan minuman yang berbasis espresso. Di Italia, Barista adalah salah satu profesi yang didambakan. Masdakaty menjelaskan bahwa Barista juga menyajikan segala macam minuman bukan hanya kopi. Barista tidak hanya harus belajar meracik kopi, tapi juga harus melatih keramahan dengan menjadi teman bagi pelanggannya. Secara teknis, barista didefinisikan sebagai seseorang yang meracik kopi dibalik mesin kopi. Barista memiliki definisi yang berbeda dengan *brewers*. *Brewers* hanya bertugas menyeduh kopi dengan menggunakan alat seduh manual. Barista meracik kopi menggunakan mesin kopi dan menyajikan berbagai menu yang berbahan dasar kopi, namun Barista juga harus menguasai *manual brew*, jadi Barista mempunyai tugas yang lebih kompleks³¹.

Barista bukan hanya perkara alat yang digunakan, Barista lebih ke proses *delivery* yaitu Barista bertanggung jawab menyampaikan rasa yang ingin disampaikan oleh kopi ke para penikmatnya. Barista pun harus memiliki pengetahuan yang dalam tentang kopi, karena Barista juga bertanggung jawab menumbuhkan jumlah para penikmat kopi. Terdapat sebuah teori yang berkembang dikalangan Barista namun tidak jelas siapa yang pencetus pertamanya mengatakan bahwa, dalam segelas kopi yang enak, terdapat 10% peran Barista, 30% *roaster*, dan 60% petani. Peran Barista sangat kecil, namun bagi mereka peran kecil yang mereka lakukan ini memiliki tanggung jawab yang paling besar. Barista merupakan garda terdepan yang akan berinteraksi langsung dengan para konsumen, jadi Barista memiliki tanggung jawab yang paling besar. Setiap hari berkutat di dunia kopi, tentunya membuat Barista

³¹ Fakhri Ramadhan, "Makna Kerja Bagi Barista", (Jurnal Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2017), hlm. 8.



memakai kopi lebih dari penikmat kopi biasa. Bagi barista, kopi adalah minuman keakraban, masalah apapun dapat dibicarakan dengan ditemani secangkir kopi. Bagi barista, kopi bahkan dapat membentuk diri dan pandangan tentang kehidupan yang dijalani.

Fungsi Barista di *coffee shop* terbagi menjadi dua bagian yakni:

1. Front Barista. Yang bertugas menyambut dan menjelaskan kepada pelanggan segala sesuatu tentang kedai kopi; dan
2. Barista pro. Yang memiliki kemampuan secara khusus untuk meracik segala produk yang ada di kedai kopi.

Joseph A. Michelli pada bukunya *The Starbucks Experience* mengemukakan lima kiat sukses pendekatan seorang barista kepada pelanggan, yakni³²:

1. Ramah, dengan bersifat ramah Barista dapat membuat suasana yang menyenangkan;
2. Tulus, berarti tulus membina hubungan dengan para pelanggan, memberi tahu apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan;
3. Perhatian, keinginan pelanggan dapat terpenuhi jika Barista mengerti apa yang diinginkan pelanggan;
4. Berwawasan, pengetahuan merupakan kekuatan. Banyak hal positif yang akan diterima oleh Barista apabila ia memiliki pengetahuan tinggi; dan
5. Peduli, berarti berpartisipasi dalam segala hal yang bersifat positif dan bekerja dengan penuh semangat.

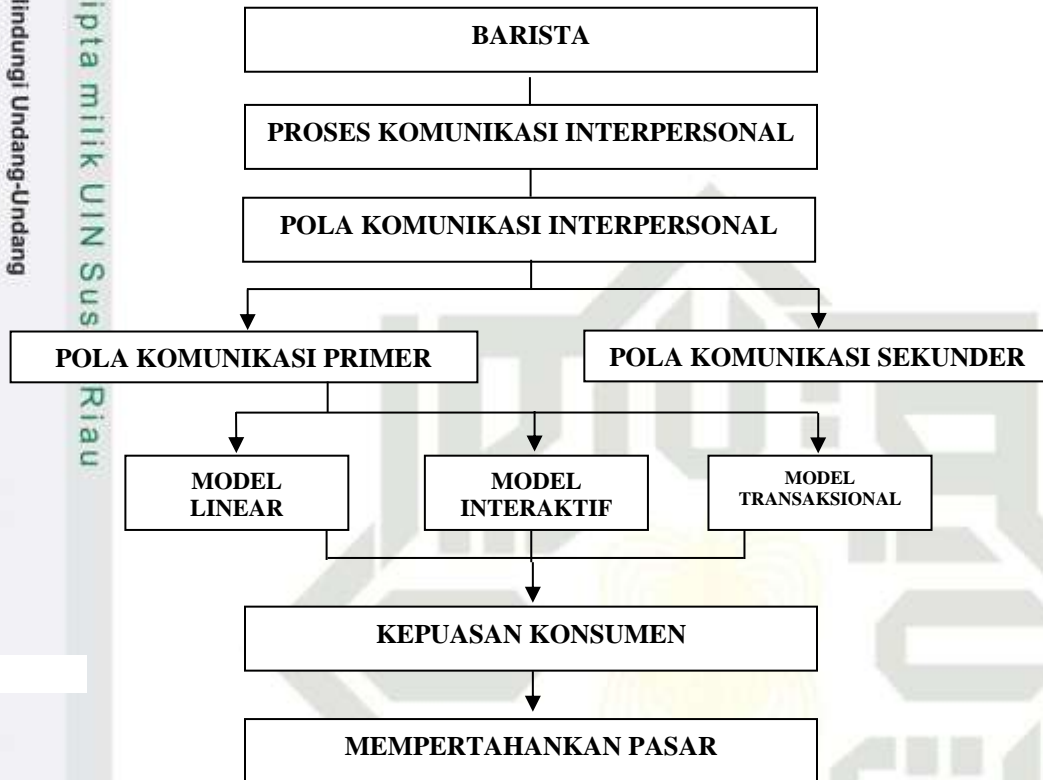
2.3 Konsep Operasional

Komunikasi interpersonal juga bisa dikatakan sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung saat itu juga baik verbal maupun nonverbal. Dari beberapa definisi tersebut dapat dikemukakan pengertian komunikasi interpersonal

³² Kiki Diah Perwita. "Analisis Customer Relation Kopi Espresso Bar di Yogyakarta Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen", (Jurnal Universitas Pembangunan Nasional Veteran, 2012), hlm. 13.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil analisis peneliti, 2022

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (*perspektif subjek*) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Dalam riset kualitatif, hal yang lebih ditekankan adalah persoalan kualitas data bukan kuantitas data. Adapun dalam penelitian ini, digunakan pendekatan secara fenomenologi yang bertujuan untuk memaparkan secara jelas komunikasi interpersonal yang digunakan barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery.

Adapun alasan peneliti memilih metode penelitian kualitatif yang mana penggunaan metode ini bertujuan untuk mengukur secara cermat melalui narasumber atau informan dengan tujuan agar mendapati gambaran kenyataan yang ditemui dilapangan secara apa adanya yaitu tentang peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery. Selain itu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif diharapkan agar mendapati gambaran sistematis dan dan menghimpun fakta-fakta yang ada.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Sesuai permasalahan yang ditemukan penulis, penelitian ini dilakukan di Lexo Coffee And Roastery yang berlokasi di Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru, karena penulis melihat adanya permasalahan atau indikasi dalam peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery, karena itulah penulis tertarik untuk mengangkat di Lexo Coffee And Roastery ini sebagai penelitian. Sedangkan waktu penelitian dimulai sejak 3 Desember 2022.

3.3 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber informasi adalah para informan yang berkompetan dan mempunyai relevansi dengan penelitian yang penulis lakukan ini, menurut Sugiono informan adalah seorang atau sekelompok tertentu yang



mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti (penelitian kualitatif) untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan³³.

Adapun tehnik penunjukan informan adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa informan yang ditunjuk mengetahui serta memahami masalah dan tujuan penelitian ini serta dengan pertimbangan lainya adalah bahwa jumlah sampel yang diambil dianggap mampu memberikan jawaban masalah penelitian serta sampel yang sudah memberikan jawaban penelitian. Adapun Informan dalam penelitian ini, yaitu barista senior yang sudah bekerja di Lexo Coffee And Roastery selama 1 tahun.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi yang digunakan dalam penelitian adalah observasi terus terang atau tersamar, yaitu menyatakan terus terang kepada informasi bahwa penulis sedang melakukan penelitian. Tetapi, tidak tertutup kemungkinan penulis juga tidak terus terang atau tersamar dalam melakukan observasi dengan pertimbangan untuk menghindari jika data tentang peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery yang bersifat rahasia atau yang masih dirahasiakan.

Wawancara

Metode wawancara terstruktur dan tidak terstruktur adalah mencari data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden maupun mengadakan Tanya jawab untuk mengetahui informasi yang lebih mendalam mengenai suatu hal yang diketahui responden (Sugiyono, 2015). Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2012), hal. 270.



pewawancara dengan informasi atau orang yang diwawancarai³⁴.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data atau informasi mengenai berbagai hal yang ada kaitannya dengan penelitian dengan jalan melihat kembali laporan-laporan tertulis baik berupa angka maupun keterangan³⁵.

3. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting, karena penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi untuk pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Triangulasi waktu dilakukan pengecekan dengan wawancara. Observasi atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dari berbagai sumber yang nantinya digunakan dalam menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan peneliti mengecek dan menganalisis data dari berbagai sumber untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery yang menjadi sumber data utamanya adalah semua barista yang bekerja di Lexo Coffee And Roastery. Triangulasi teknik dilakukan dengan menguji kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama tetap dengan teknik yang berbeda³⁶.

³⁴ Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : PT. Kencana, 2007), hlm. 111.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2012), hlm. 81.

³⁶ *Ibid*, hlm. 31.



3.6 Teknik Analisis Data

Untuk melakukan analisis data yang diperoleh penulis baik itu data primer maupun data sekunder dalam penelitian ini dilakukan analisis data secara kualitatif. Miles dan Hibermen, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara intraktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data yang ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru³⁷.

Adapun teknik penulisan data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap yaitu:

1. Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstraksikan dan transpormasi data kasar yang muncul dari wawancara, reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolokan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi. Setelah mengklafikasikan data atas dasartema kemudian penelitian melakukan abstrak data kasar tersebut menjadi uraian singkat;

2. Tahap penyajian data (*display*), menurut Miles dan Hubberman data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam terhadap masyarakat dikumpulkan untuk diambil kesimpulan sehingga bisa dijadikan dalam bentuk narasi deskriptif³⁸. Menurut Iskandar, dalam penyajian data, peneliti harus mampu menyusun secara sistematis atau stimultan sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti, untuk itu peneliti harus tidak gegabah dalam mengambil

³⁷ Miles, B. Matthew Dan Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, (Jakarta : UIP, 1992), hlm. 13.

³⁸ *Ibid*, hlm. 14.



kesimpulan³⁹; dan

Tahap penarikan kesimpulan (verifikasi), merupakan analisis lanjutan dari reduksi data, data display data sehingga data dapat disimpulkan dan peneliti masih berpeluang untuk menerima masukan⁴⁰. Pada tahap ini data yang telah dihubungkan satu dengan yang lain sesuai dengan konfigurasi-konfigurasi lalu ditarik kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti selalu melakukan uji kebenaran setiap makna yang muncul dari data. Setiap data yang menunjang komponen uraian diklarifikasi kembali dengan informan. Apabila hasil klafikasi memperkuat simpulan atas data yang tidak valid, maka pengumpulan siap dihentikan.

³⁹ Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, (Jakarta : GP Press), hlm. 223.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 224.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LEXO COFFEE AND ROASTERY

4.1 Profil Lexo Coffee And Roastery

Lexo Coffee and Roastery salah satu dari sekian banyak kedai kopi yang berada di Kota Pekanbaru Riau. Bermula berdiri pada bulan Juli tahun 2018. Lexo Coffee and Roastery, kedai kopi yang digagas oleh Vandri atau Ogek sapaan biasa yang disematkan kepadanya, mengadopsi inovasi unik dari segi pelayanannya. Lexo Coffee and Roastery menawarkan banyak pilihan biji kopi Arabika dan Robusta yang berasal dari nusantara maupun manca negara seperti, Langeh Kerinci, Halu Banana Jawa Barat, Gayo Aceh, Kintamani Bali, Lampung, Mandailing Sumateta Utara, Samba Brasil, Tricolo Colombia dan masih banyak lagi kopi-kopi lainnya.

Berawal kecintaannya terhadap minuman kopi, Vandri (Ogek) yang hampir setiap harinya menghabiskan waktu di kedai kopi, bertahun – tahun ogek melakukan kebiasaan itu sampai akhirnya muncul rasa penasaran di dalam dirinya yang tidak tau – menau bagaimana awal dari proses sampai akhirnya bisa menjadi secangkir kopi, Mulai saat itu rasa penasarannya akan kopi yang muncul tadi hingga akhirnya ia mulai mempelajari segala hal tentang kopi. Tahun 2017 ogek mulai belajar meracik kopi dan membeli peralatan untuk produksi dan pembuatan minuman kopi, hingga pada tahun 2018 terbentuklah Lexo Coffee and Roastery. Lexo Coffee and Roastery lahir dari seorang pemikir dengan cita-citanya tidak ada “ogek-ogek lainnya” dikemudian hari, berbekal misi yang sangat sederhana yaitu hanya untuk mengedukasi kepada para peminum kopi tentang bagaimana proses secangkir kopi bisa sampai dimeja kita dan berbagi cerita tentang kopi yang disajikan. Sehingga konsep “Hybrid Self Service” pada saat melayani konsumen menjadi konsep khas dari Lexo Coffee and Roastery. Bagi Ogek secangkir kopi tanpa tau dari mana ia berasal hanyalah cairan pahit, manis ataupun asam yang berwarna hitam.

Awal terbentuk, Lexo Coffee and Roastery adalah sebuah percobaan yang sedikit diseriuskan dalam mengolahnya, memulai menjual kopi disebuah garasi kecil



Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didumahnya di daerah jalan Bawal Kota Pekanbaru berbekal ilmu yang lumayan cukup dan dibantu dengan alat-alat sederhana, harga minuman kopi yang ditawarkan pada awal beroperasi mulai hanya dari Rp 12.000 untuk satu cangkir minuman kopi. Pada awal tahun 2019 Ogek memilih berpindah tempat untuk menjual kopi, dengan perputaran yang sudah cukup lumayan dan demi kenyamanan pelanggan akhirnya ogek memutuskan untuk mencari tempat yang lebih luas di daerah pertengahan kota Pekanbaru tepatnya di Jalan Diponegoro, tidak sampai disitu perjalanan Lexo Coffee and Roastery dan seiring berkembangnya kedai akhirnya pada tahun 2021 ogek memutuskan untuk mencari tempat yang lebih luas dan lebih propore di pertengahan Kota Pekanbaru juga, tepatnya di jalan Belibis Kecamatan Sukajadi. Saat ini alamat lengkap Lexo Coffee and Roastery terletak di Jalan Belibis Nomor 4, Kelurahan Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

Saat ini Lexo Coffee and Roastery memiliki konsep bangunan rumahan yang sangat sederhana dengan mengusung tema yang identik dengan gaya rumahan dan nuansa yang hampir serasa berada dirumah sendiri, tentunya konsep ini beralasan karena Lexo Coffee And Roastery yang mengadopsi konsep slow bar ini bertujuan agar setiap konsumen yang datang dapat menikmati secangkir kopinya dengan santai dan nyaman untuk berinteraksi antar kolega,teman ataupun pengujung lainnya. Lexo Coffee And Roastery telah bertransformasi dan terus berinovasi dalam industri ini agar selalu menjadi kedai pilihan bagi para loyal customernya hal tersebut dilakukan tentunya agar misi yang diusung agar dapat tercapai, yaitu mengedukasi dan mendekatkan masyarakat akan budaya dan kekayaan potensi keberagaman kopi yang ada pada nusantara.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4.2 Logo Lexo Coffee And Roastery



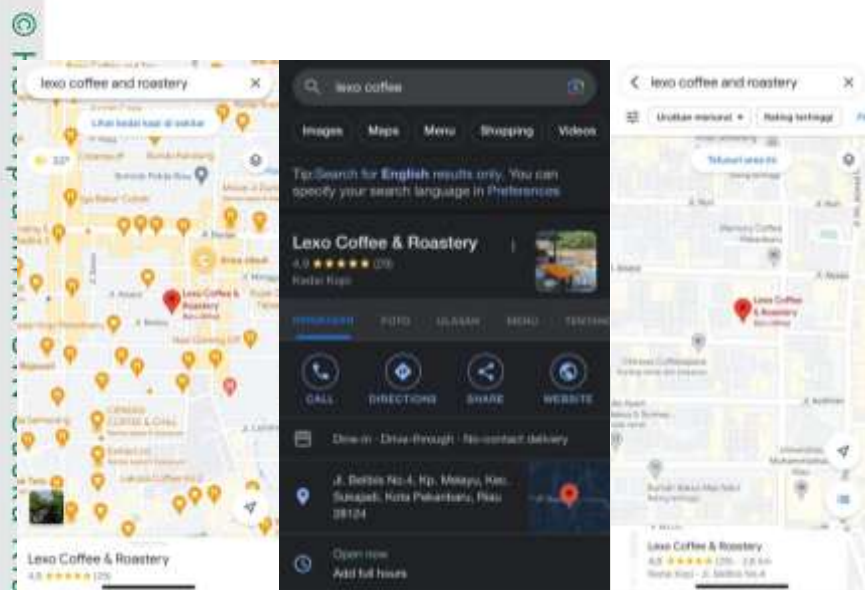
Gambar 4.1

Sumber : Manajemen Lexo Coffee and Roastery

4.3 Lokasi Lexo Coffee And Roastery

Lokasi Lexo Coffee And Roastery tidak berada di pinggir jalan besar dan tidak pula memiliki penanda lokasi pada setiap jalan menuju kedainya, pengunjung harus masuk kedalam jalanan kecil penghubung jalan utama kedalam perumahan dengan jarak kurang lebih 200 meter dari jalan utama. Namun hal tersebut tentu tidak menjadi sebuah halangan yang berarti mengingat kecanggihan teknologi pada saat ini, pengunjung dapat dengan mudah menemukan lokasi dengan kata kunci “Lexo Coffee” pada search *engine* apapun yang ada pada gadget kita. Lokasi Lexo Coffee And Roastery tepatnya berada pada Jalan Belibis Nomor 4, Kelurahan Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Secara geografis kedai Lexo Coffee And Roastery berdekatan dengan dua kampus besar di Provinsi Riau yaitu UIN SUSKA (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim) berjarak 700m mengarah ke timur dari lokasi Lexo Coffee And Roastery dan UMRI (Universitas Muhammadiyah Riau) berjarak 200m mengarah ke timur dari lokasi Lexo Coffee And Roastery.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2

Sumber : Google Maps 2023

4.4 Fasilitas Lexo Coffee And Roastery

Sarana dan prasarana yang disediakan Lexo Coffee And Roastery cukup lengkap tentunya untuk menambah nilai plus pada suatu kedai yang menunjang untuk konsumennya melakukan segala aktifitas apapun yang dilakukan di kedai kopi Lexo Coffee And Roastery. Fasilitas yang dimiliki Lexo Coffee And Roastery bisa dibilang terawat dengan baik dari masing-masing fasilitas ini tentunya juga menjadi salah satu faktor daya tarik bagi setiap konsumen. Selain itu fasilitas yang ada tentunya juga untuk membantu dan memudahkan pekerjaan agar dapat lebih maksimal dalam melayani konsumen yang berdatangan. Jika umumnya kedai-kedai kopi di di Pekanbaru menyajikan berbagai fasilitas menarik seperti Live musik, Meja billiard, Sofa, peralatan game modern dan lain sebagainya, Lexo Coffee And Roastery menghadirkan fasilitas yang cukup sederhana namun fasilitas yang ada tentunya sangat fungsional dalam membantu konsumen untuk dapat menunjang aktifitas dan menikmati kopinya dengan nyaman saat berada di Lexo Coffee And Roastery.



Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merujuk kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fasilitas yang diberikan oleh Lexo Coffee And Roastery antara lain, di bagian dalam terdapat satu buah mesin *roasting* (Lampiran 2) yang biasanya digunakan untuk memanggang *green beans* atau biji kopi segar untuk di olah lagi sampai menjadi secangkir kopi dan di jual kepada konsumen. Kapasitas mesin *roasting* yang dimiliki oleh Lexo Coffee And Roastery adalah 1 kg dan 3 kg gram serta lengkap dengan alat pengecek suhu yang sudah terintegrasi pada mesin kopi.

Proses *roasting* adalah salah satu proses lanjutan dari pasca panen dari biji kopi yaitu memanggang biji kopi untuk selanjutnya bisa diolah atau di seduh yang tentunya hasil dari memanggang biji kopi segar tersebut akan menciptakan karakter rasa yang dimiliki oleh biji kopi. Pada proses *roasting* biji kopi akan melewati beberapa tahap yaitu menimbang seberapa banyak biji kopi yang di tuangkan kedalam drum pemanggangan guna untuk mengukur kadar air yang terserap oleh proses *roasting*, lalu masuk ke proses pemanggangan yang di dalamnya terdapat indikator "*first crack*", lalu proses selanjutnya adalah pengecekan suhu berulang dan tingkat kematangan yang di tandai dengan kegelapan warna biji kopi, terdapat 3 jenis kematangan yaitu *light roast*, *medium roast*, dan *dark roast* dari masing-masing jenis yang ada akan menghasilkan karakter rasa yang berbeda-beda. Lexo Coffee And Roastery biasanya memanggang biji kopi pada *level light* hingga *dark roast* ditandai dengan biji yang berwarna kecoklatan terang hingga gelap rasa yang di hasilkan dari proses pemanggangan mulai dari cenderung asam hingga pahit.

Konsumen dapat melihat mesin *roasting* pada ruangan yang berada tepat di sebelah kanan dari ruangan konsumen memesan kopi. Ruangan *roasting* sengaja didekatkan dengan tempat konsumen memesan kopi agar konsumen juga dapat melihat alat *roasting* dan beberapa biji kopi yang siap *roasting*. Kosumen hanya dapat menanyakan informasi seputar mesin *roasting* tetapi tidak untuk menggunakan mesin tersebut dikarenakan hanya staff Lexo Coffee And Roastery yang dapat mengoperasikan mesin tersebut.

Selanjutnya ada beberapa kursi duduk konsumen di dalam ruangan tempat konsumen memesan yang dilengkapi dengan ruangan *full ac indoor non smoking*



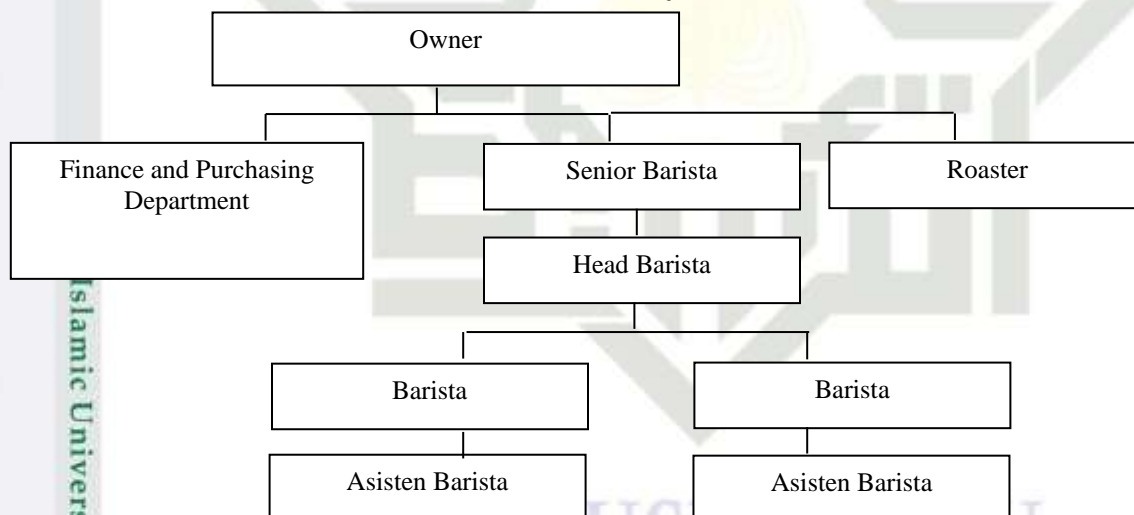
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta *power outlet* listrik untuk menunjang mobilitas penggunaan *gadget* konsumen dan kenyamanan tentunya, selain itu pada bagian *outdoor* atau bagian luar *lexo coffee* menyediakan fasilitas ruang tunggu sekaligus ruang untuk konsumen menikmati kopinya yang dilengkapi dengan *wifi* dan *power outlet*. Ada tiga ruangan yang dapat digunakan untuk menunggu dan menikmati kopi yang dapat digunakan konsumen, ruangan pertama adalah ruangan *indoor smoking* dan menjadi ruang favorit konsumen, dikarenakan lebih nyaman dalam berinteraksi, kedua yaitu ruangan yang lebih menyatu dengan alam (ruang *outdoor*) dan disediakan kursi serta tanamantanaman yang menyegarkan mata, dan terakhir ruangan dikhususkan untuk konsumen yang tidak merokok. Selain itu juga, seluruh ruangan memiliki daya tampung yang cukup besar bisa memuat kurang – lebih 50 orang. Fasilitas tersebut dikonsepskan menyatu dengan alam dan penerangan yang tidak langsung mengarah ke lingkungan tetapi ada hambatan untuk cahaya yang akan menyinari lingkungan sekitar, selain itu banyak tumbuh-tumbuhan yang ditanami, ditujukan untuk ramah perokok bagi konsumen yang merokok dan membuat kesan yang nyaman saat menunggu antrian memesan kopi.

Fasilitas lainnya yang disediakan oleh *Lexo Coffee and Roastery* adalah *Infused Water*, yaitu sebuah minuman air putih yang dicampur dengan berbagai macam buah-buahan dan aroma dedaunan yang disajikan dengan temperatur dingin, biasanya dicampur dengan buah lemon, jeruk nipis, daun mint dan lain sebagainya, hal tersebut bertujuan bagi konsumen yang memesan kopi adalah untuk meminimalisir kerja lambung. Setelah kita banyak mengkonsumsi kopi, kerja organ tubuh dapat meningkat terutama lambung sehingga untuk menjaganya agar tetap baik harus diimbangi dengan meminum banyak air putih dan inovasi yang dilakukan dengan mencampurkan buah-buahan di dalam air putih. Fasilitas *Infused Water* ini tak banyak dijumpai dikedai-kedai kopi lainnya, biasanya konsumen harus memesan terlebih dahulu, namun untuk di *Lexo Coffee And Roastery* konsumen dapat menikmatinya secara gratis.

Fasilitas tambahan lainnya seperti gitar dan buku-buku juga dapat digunakan oleh pengunjung yang datang dengan cara merequest peminjamannya kepada staff Lexo Coffee And Roastery. Konsep sederhana ini bertujuan untuk lebih meningkatkan interaksi kita sesama manusia dan dekat dengan alam khususnya kopi yang agak sedikit lebih jauh dari kata modern yang dapat dirasakan oleh pengunjung yang datang, sehingga fasilitas-fasilitas penunjang juga disesuaikan agar misi dan tujuan Lexo Coffee And Roastery dapat tercapai yang mana meningkatkan interaksi antar pengunjung maupun staff. Sengaja konsep tersebut diterapkan oleh manajemen Lexo Coffee And Roastery konsumen yang datang dapat lebih nyaman untuk berinteraksi satu sama lain sembari menikmati kopi sehingga tidak sibuk dengan smartphone masing-masing yang mana kesibukan diluar waktu mengopi tentunya sudah menyibukkan individu kita jadi jarang berinteraksi satu sama lain dan sibuk dengan *gadget* kita masing-masing.

4.5 Struktur Instansi Lexo Coffee And Roastery



Gambar 4.3
 Sumber : Management Lexo

Owner atau Pemilik Lexo Coffee And Roastery (Livandri Desta Saputra) selaku pemilik, pendiri, dan pemimpin kedai kopi serta berwenang untuk melakukan koordinasi kepada setiap staff Lexo Coffee And Roastery. Fungsi atau tugas lainnya sebagai *owner* yaitu memegang peranan dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bagian promosi baik melalui media sosial dan secara langsung. Alasan tidak diberikannya staff khusus promosi adalah karena dari awal terbentuk memang menjadi tanggung jawab *owner* (Pemilik) untuk melakukan tugas tersebut. Selanjutnya *owner* (Pemilik) juga bertugas untuk mencari biji kopi yang baru.

Finance Purchasing Departemen (Cindy Calista Zebua). Divisi ini mempunyai tugas utama pada bagian keuangan yang memproses dan mengatur tentang keuangan Lexo Coffee And Roastery termasuk didalamnya pehitungan, pembayaran, duit masuk maupun segala pengeluaran dan mengatur proses pengadaan terhadap pembelian atau pemesanan bahan serta perlengkapan. Tujuan utamanya adalah memperoleh bahan dengan biaya serendah mungkin yang konsisten dengan kualitas dan bertanggung jawab terhadap pemilik.

3. *Roaster* (Syukri) adalah orang yang piawai menyangrai kopi *green beans* menjadi biji kopi matang. Seorang *coffee roaster* dengan mengkalkulasikan variabel *roasting* yang ada mampu memaksimalkan potensi rasa pada kopi *green beans*. Nantinya kopi *green beans* ini akan diukur tingkat kelembapan, dan menghitung variabel lainnya sebelum menentukan tingkatan sangrai yang sesuai untuk lebih menampilkan karakter rasa yang terkandung di dalam kopi *green beans*.

4. Senior Barista (M. Fadhlan Ramadhan) adalah posisi yang mana sudah paling berpengalaman pada dunia bar kopi, memiliki tugas utama dalam mengaudit bahan-bahan yang berada pada bar kopi dan bertanggung jawab terhadap *owner* serta *finance dan purchasing departemen*.

Head Barista (Diva Alamsyah Putra) adalah seorang pegawai terlama yang bekerja di Lexo Coffe And Roastery bisa dikatakan dalam hal meracik kopi diva adalah orang yang paling bisa diandalkan, Diva memiliki tugas utama dalam hal *controlling* produk maupun *quality control* pada produk kopi yang akan di keluarkan terhadap konsumen.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau

6. Barista (Adinda Tasya Asofa) adalah salah satu seorang yang bertanggung jawab dalam meracik minuman, memiliki peran ganda tugas utama aca adalah menerima tamu di kasir dan meracik minuman yang diinginkan oleh konsumen.

7. Barista (Tania Eka) menjadi salah satu pilihan favorit para konsumen menjadikan tania sebagai barista yang paling banyak di reuset konsumen dalam meracik minuman tugas utama tania sebenarnya kurang lebih dengan tania adalah meracik kopi dan menerima konsumen di kasir yang membedakannya adalah terkait dalam hal shift kerja atau pembagian jam kerja yang berbeda dengan tania.

8. Asisten Barista (Omar Adan) menjadi asisten barista tidak menutup kemungkinan untuk adan bergerak ke jenjang berikutnya yaitu menjadi orang yang meracik minuman atau menjadi seorang barista, tugas utama adan ialah membantu seorang barista dalam meracik minuman untuk selanjutnya disajikan kepada konsumen

4.6 Produk Lexo Coffee And Roastery

Produk dari Lexo Coffee And Roastery adalah minuman yang disajikan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Ada beberapa menu atau produk yang dihadirkan oleh Lexo Coffee And Roastery yaitu minuman kopi filter yang diseduh hanya menggunakan *katte* dan saringan sederhana dengan menggunakan alat driper kopi dengan berbagai pilihan biji kopi nusantara maupun luar negeri yang diantaranya yaitu, Aceh Gayo, Mandailaing, Solok, Kerinci, Gunung Halu, Kintamani Bali, Papua, Brasil, Colombia dan Euthopia, kopi klasik yang diantaranya Espresso, Americano, Long Black, Cappuccino, Latte dan Picolo, kopi modern yang sudah dimodifikasi yaitu Creamy Coffee, Bercof, Sacar dan Broco, olahan susu-susuan yaitu Klepon, Matcha, Taro dan Red Velvet, *mixology* diantaranya Lexo Coffee yang menjadi signature pada Lexo Coffee And Roastery dan mamba mentality, dan beberapa cemilan untuk menemani pengunjung kedai mengkonsumsi kopi seperti roti bantal rasa kopi, rasa coklat dan selay serikaya. Untuk memperoleh minuman kopi

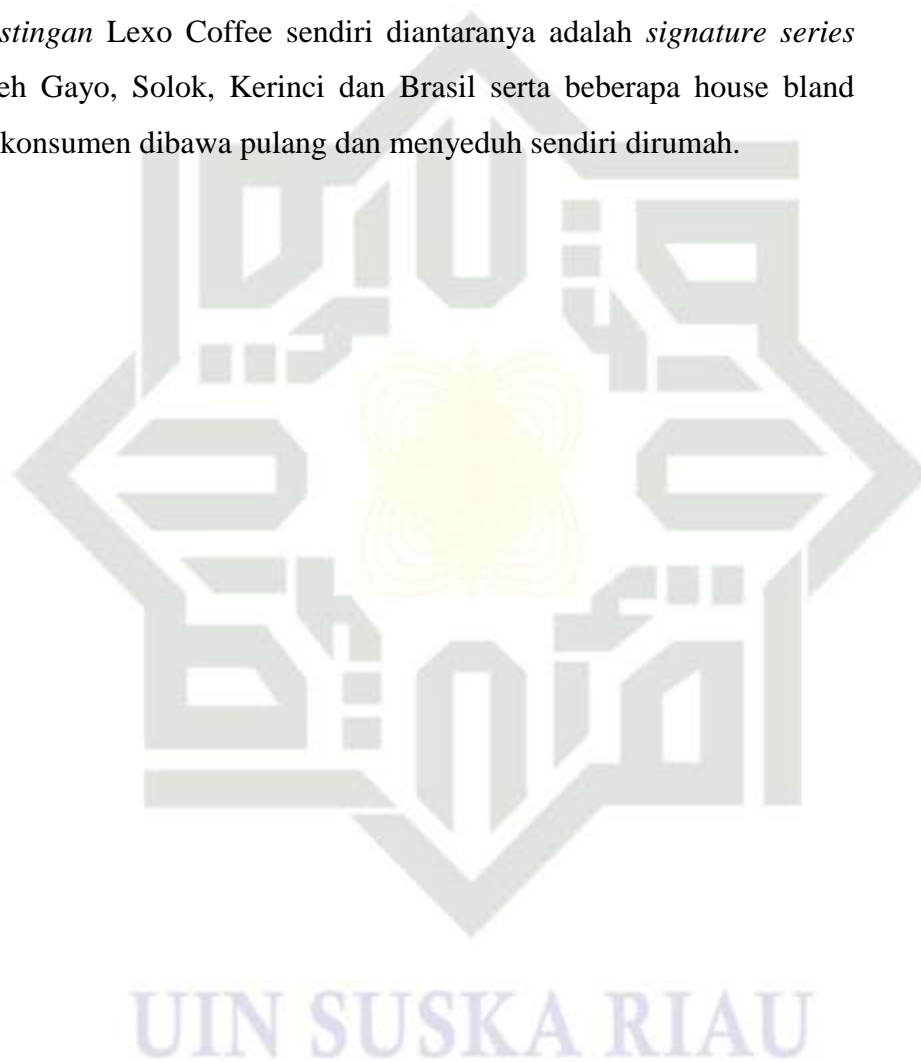


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang sesuai, konsumen akan ditanyakan terlebih dahulu akan kebiasaan mengkonsumsi kopi dan jenis kopi yang biasa dikonsumsi serta keinginan konsumen ingin mengkonsumsi kopi seperti apa. Barista Lexo Coffee And Roastery akan membuat kopi sesuai dengan keinginan konsumen lewat interaksi tersebut. Selain minuman kopi yang disediakan, Lexo Coffee And Roastery juga menyediakan beberapa hasil *roastingan* Lexo Coffee sendiri diantaranya adalah *signature series* yaitu Kayowa, Aceh Gayo, Solok, Kerinci dan Brasil serta beberapa house blend yang diracik untuk konsumen dibawa pulang dan menyeduh sendiri dirumah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara mengenai peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain:

1. Proses komunikasi interpersonal antara Barista dengan pelanggan dimulai dengan pemberian *greeting* oleh Barista dan diakhiri dengan kesepakatan mengenai menu yang akan dipesan oleh pelanggan. Dalam pelayanan lainnya, Barista melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan, menggunakan bahasa yang formal, tidak menyinggung perasaan pelanggan dan selalu menjunjung tinggi keramah-tamahan.
2. Pola komunikasi interpersonal antara Barista dengan pelanggan merupakan model komunikasi interaktif atau sirkular yang memiliki unsur pesan, sumber pesan, interpretasi dan umpan balik. Dalam melakukan interaksi ini, baik Barista ataupun pelanggan menggunakan pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal berupa bahasa lisan dan bahasa tulisan. Sedangkan pesan nonverbal berupa senyuman, pandangan mata, gerakan anggota tubuh, penampilan atau busana yang dipakai, desain interior dan alunan musik.
3. Hambatan komunikasi yang dihadapi oleh Barista dan pelanggan yakni berupa perbedaan bahasa dan keterbatasan penguasaan terhadap bahasa tertentu mengingat yang datang berkujung ke Lexo Coffee And Roastery memiliki karakteristik dan kondisi emosional yang berbeda. Komunikasi akan terhambat salah satu atau keduanya sedang dalam kondisi tempramen yang kurang stabil. Hal tersebut berakibat pada pesan yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

disampaikan masih-masing tidak dapat diterima dengan baik dan juga berakibat pada terganggunya kegiatan operasional yang berlangsung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery, peneliti ingin merekomendasikan terkait beberapa hal yakni antara lain:

1. Bagi para Barista, dalam melakukan pelayanan diharapkan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Baik itu SOP *grooming*, *technical*, *managerial* maupun *hospitality* agar pelanggan selalu merasa puas dan dihargai yang selanjutnya akan menimbulkan sikap loyal dari pelanggan.
2. Bagi pemilik *coffee shop* khususnya Lexo Coffee And Roastery untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan selalu menjaga fasilitas memadai yang dapat memberikan rasa nyaman kepada pelanggan dan dapat mempertahankan eksistensi ditengah banyaknya *coffee shop* yang menjamur di Kota Pekanbaru.
3. Untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat melakukan penggalian data lebih dalam lagi agar dapat memperkuat argumentasi dan temuan yang didapat. Dan juga diperkuat dengan dasar-dasar teori yang mendukung.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang
 UIN SUSKA RIAU
 Universitas Islam Sumatera Utara
 Jalan Sialitir, Medan
 20156

DAFTAR PUSTAKA

- Atto Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2017).
- Amik Herawaty, “Komunikasi Interpersonal Barista dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Barista Roketto Coffee Malang)”, (*Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2020).
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013).
- Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : PT. Kencana, 2007).
- Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990).
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012).
- Dede Haryanto. “Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista Dan Konsumen dalam Menciptakan Kepuasan”, (*Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung*, 2018).
- Dhevi Elsanda Aprilia, “Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Barista di Klinik Kopi Yogyakarta)”, (*Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 2021).
- Fakhri Ramadhan, “Makna Kerja Bagi Barista”, (*Jurnal Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, 2017).
- Galih Adhi Santoso, “Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Konsumen Dalam Pelayanan Jasa Di Niti Samasta Coffeshop”, (*Jurnal Program Studi Ilmu*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 UIN SUSKA RIAU
 Sultan Syarif Kasim Riau

Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021).

Gema Sidharta, *Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory) Thibaut dan Kelley*, (Yogyakarta : Penerbit Universitas Mercubuana, 2020).

Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, (Jakarta : GP Press).

Iwan Setiawan dan Septia Winduwati, “Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista dalam Mempertahankan Citra Starbucks Chinatown”, (Jurnal Koneksi EISSN 2958 – 0785 Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, 2020).

Judy C Pearson, *Human Communication*, (New York : Aptara, 2011).

Julian T. Wood, *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013).

Khairina Sophia Ranti, “Analisis Komunikasi Antar Pribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Coffee Shop Piacevole Di Medan)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020).

Kiki Diah Perwita. “Analisis Customer Relation Kopi Espresso Bar di Yogyakarta Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen”, (Jurnal Universitas Pembangunan Nasional Veteran, 2012).

Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono, “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2 Agustus 2019, 2019).

Miles, B. Matthew Dan Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, (Jakarta : UIP, 1992).

Muhammad Budyatna, *Teori-teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).

Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2016).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 UIN SUSKA RIAU
 Sultan Syarif Kasim Riau

Novita Sari, “Analisis Strategi Komunikasi Interpersonal Barista *Coffee Shop Space* Roastery Di Yogyakarta”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, 2021).

Onong U. Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008).

Reki Albalafif dan Hery B Cahyono, “Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK)”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, 2019).

Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2012).

Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

Vira Asri Rian Insancamila, Muchamad Rizqi dan Fitri Norhabiba, “Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Pelanggan (Studi Pada Coffee Shop Kopi Ortu Sidoarjo)”, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2021).

Yoyon Mudjiono, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014).

<https://media.neliti.com/media/publications/126482-ID-strategi-pemeliharaan-hubungan-dan-kepuasa.pdf>

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN I PEDOMAN WAWANCARA

Panduan Pertanyaan Wawancara

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Peran Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana peran komunikasi interpersonal barista dalam mempertahankan pasar Lexo Coffee And Roastery di Kota Pekanbaru?.

1. Aspek apa saja yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan proses komunikasi interpersonal barista kepada konsumen?

Jawaban:

Ada 3 aspek, yaitu bahasa yang digunakan, mengutamakan etika pelayanan dan konsep pelayanan.

2. Bagaimana bahasa yang digunakan oleh barista dalam melaksanakan proses komunikasi interpersonal barista kepada konsumen?

Jawaban :

Untuk bahasa, saat melayani pelanggan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal serta yang gampang dimengerti dalam menjelaskan hal-hal terkait industri kopi, sekalipun yang datang itu temen, pacar, keluarga, aku tetap sesuai SOP karena pelanggan lain yang nggak tau kalau itu keluarga, akan mengira yang enggak-enggak. Nanti kita dikiranya pilih kasih dalam melayani pelanggan. Maka dari itu aku tetap pakai SOP dan Bahasa Indonesia formal maupun informal sesuai kebutuhan saja. Dalam bertutur kata juga harus menjaga norma kesopanan dan memperlakukan semua customer sama ya, supaya tidak ada kecemburuan diantara mereka. Soalnya kalau satu diajak ngobrol karena akrab, terus pelanggan lain enggak kan nggak enak juga.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selama aku kerja tentunya pernah melayani pelanggan yang disabilitas sih, disabilitasnya itu tunawicara. Ada komunitas tunawicara Kota Pekanbaru yang sering nongkrong di Lexo Coffee And Roastery, kalo itu sih kita sudah hafal apa yang biasa mereka pesan. Kalo nggak gitu biasanya mereka minta *sticky note*, lalu mereka tulis apa yang mau mereka pesan dan dikasih ke kita. Kalau untuk pelanggan-pelanggan disabilitas khususnya yang tunawicara, kita kasih kertas untuk *taking order*, karena kan kalau mereka pakai bahasa isyarat, kita nggak ngerti juga kan takutnya nanti ada miskom atau malah parahnya mungkin akan menyinggung yang bersangkutan. Setelah *taking order*, kita antar pesanan mereka ke mejanya. Itulah Sebenarnya Lexo Coffee And Roastery itu pakai konsep *hybrid self service* ya, jadi apa-apa dikombinasikan gitu, kita tetap melayani sebagaimana mestinya terus bawa pesannya sendiri, ambil peralatan kayak sedotan, tissue dan gula apapun itu sendiri, tapi pengecualian untuk pelanggan-pelanggan yang disabilitas. Kalau nanti ada yang kurang, mereka akan minta kertas lagi. Jadi komunikasi kita lewat tulisan dan ekspresi wajah. Sebenarnya kalau ada pelanggan yang mintanya aneh-aneh itu udah biasa ya untuk kita para Barista. *Less ice, less sugar*, nggak pakai susu sapi atau yang lainnya. Yang pertama saya sarankan kalau menunya masih bisa *less sugar* atau *no sugar* masih *oke* dan saya buat, tapi kalau menunya itu harus pake gula biar lebih *oke* ya tetap saya sarankan ke pelanggan untuk diberi gula „kak, ini kalau nggak pakai gula rasanya jadi nggak *oke*, mending kasih gula sedikit“ gitu sih. Sebisa mungkin kita kasih alasan yang masuk akal. Pernah dulu dapet *customer* yang *request* kopinya 40 gram gulanya 30 gram. Ya udah, aku bikinin karena masih masuk akal lah. Walau sebenarnya aku pengen ketawa pas dia *request* gitu, aneh aja karena sebelumnya nggak ada yang *request* kayak gitu. Tapi aku tahan ketawaku, takut ntar dianya tersinggung kan, dikira nanti aku nggak menghargai dia sebagai *customer*. Kalau ada pelanggan yang bingung ketika memesan, kita selalu menawarkan rekomendasi menu yang pas. Terus saya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

juga tanyakan mau kopi yang seperti apa. Memang ngabisin waktu apalagi *flow* lagi kenceng, agak *senewen* juga jadinya. Tapi tetep harus ramah dan mengontrol mimik wajah agar tidak kelihatan kalau lagi kesel.

3. Apa saja upaya lain yang sudah diterapkan oleh barista di Lexo Coffee And Roastery dalam menjalankan etika pelayanan?

Jawaban:

Yang paling basic sih senyum, sapa, *greeting* kepada konsumen. Bagaimanapun konsumen adalah raja yang patut kita perlakukan seperti raja juga. Yang paling basic sih senyum, sapa, *greeting* kepada konsumen. Bagaimanapun konsumen adalah raja yang patut kita perlakukan seperti raja juga, saat *customer* masuk ke *outlet* mereka akan mendapatkan *greeting* dari kami “*welcome to Lexo*” gitu. Paling penting sih *greeting* ya, soalnya kan pelanggan pasti seneng kalau disambut merasa dihargai gitu. Menurut saya pelayanan itu adalah sesuatu yang *tricky*, karena variabel yang kita hadapi adalah manusia ya, *customer* gitu jadi memang dibutuhkan intuisi, naluri atau inisiatif dari para crew untuk pelanggan-pelanggan yang mungkin memerlukan pelayanan khusus seperti para disabilitas. Jadi memang kita selalu ada *briefing* bagi para crew untuk lebih perhatian dan peka terhadap keadaan sekitar, bukan hanya kepada *customer* tapi juga mungkin kebersihan, atau pelanggan yang mungkin butuh bantuan misalnya pas masuk *outlet* bawa belanjaan banyak kita bantu membukakan pintunya. Terus kalau untuk *customer* yang disabilitas (berkursi roda) kita bantu dorongkan kursi rodanya dan kita sarankan tempat yang paling ramah untuknya agar mudah. Lalu untuk pelanggan yang membawa anak kecil atau bayi misalnya kita sarankan untuk di ruangan *indoor non smoking* karena pada ruangan *outdoor smoking area* kan jadi kemungkinan akan lebih banyak perokok diluar yang tidak bagus bagi kesehatan anak-anak dan bayi, jadi biar lebih nyaman aja untuk di bayi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bagaimana konsep pelayanan yang diterapkan oleh Lexo Coffee And Roastery?

Jawaban:

Disini kita menerapkan konsep *hybrid self service* ya, tidak ada *waiters*, jadi habis *order* mereka nunggu di *waiting table* dan kalau kita udah selesai bikin pesannya kita taruh di meja hidang, lalu kita *calling* nama dan pesannya, setelah itu mereka ambil dan bawa ke mejanya sendiri. Jadi tujuan kita menerapkan konsep *hybrid self service* itu sebenarnya untuk mengintenskan interaksi antara Barista dan *customer* ya mereka tetap kita layani dengan mengiyakan permintaan minumannya yang seperti apa sembari mengedukasi hal hal yang berkaitan tetang kopi dan melalui konsep *hybrid self service* itu kita ingin mengedukasi pelanggan untuk tidak selalu bergantung kepada orang lain, terus bertanggung jawab atas apa yang dilakukan kayak misalnya buang sampah sendiri. Dengan konsep seperti itu, menurut saya cukup baik. Seharusnya, kalau bisa seluruhnya *self service*, maksudnya adalah ketika makanan atau minuman kita habis kita sendiri yang membuang sampahnya dan menaruh piring atau gelas bekas kita di tempat yang telah disediakan. Itu termasuk gerakan tidak malas membuang sampah dan agar tetap menjaga kebersihan.

5. Apakah barista Lexo Coffee And Roastery sering menggunakan alat bantu menjalankan komunikasi interpersonal dengan konsumen?

Jawaban:

Kita selalu melakukan komunikasi dengan penyampaian yang bersifat pendekatan, tidak sering juga kita menggunakan alat bantu, seperti *smartphone*, papan menu dan sebagainya. Ya memang sangat membantu penggunaan alat-alat tersebut dalam proses komunikasi dengan konsumen. Selain itu, di Lexo Coffee And Roastery, *grooming* atau penampilan Barista sangat diperhatikan karena Barista langsung berhubungan dengan customer dan harus berpenampilan rapi. Hal tersebut juga dimaknai sebagai pola



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

komunikasi sekuler yang terjalin antara barista dengan kosumen. Salah satu yang harus diperhatikan adalah *grooming* ya, atau penampilan. Pakai pakaian yang rapi dan bersih, atasan kemeja atau putih polos, bawahan *blue jeans*, pakai *apron*, dan bersepatu, rambut tidak acak-acakan dan wangi. Penampilna adalah salah satu kunci kenyamanan konsumen dalam berkomunikasi dengan baristanya. *Grooming* untuk Barista diperbolehkan *piercing*, terus kalau Barista yang ada tatto nya diperbolehkan menjadi salah satu staff hal tersebut bertujuan agar stigma negatif yang ada pada masyarakat mulai berubah dari yang tadinya berstigma tatto adalah kriminal berubah menjadi orang bertato ga harus kriminal dan bisa berkarir, hal tersebut juga menjadi salah satu bagian yang diambil risikonya demi menimbulkan stigma dan penggiringan opini yang positif terhadap orang bertato, ya kita coba kasih kesempatan juga untuk kawan-kawan yang bertato, yang penting rapi toh tatto dan piercing juga ga ganggu aktifitasnya dalam bekerja kecuali tatto dan *piercingnya* sampai mengganggu aktifitasnya dalam bekerja mungkin kita ga bisa nerima.

6. Bagaimana strategi untuk memuaskan pelanggan yang sudah diterapkan oleh Lexo Coffee And Roastery?

Jawaban:

Kalau saya pribadi selalu menempatkan diri saya sebagai pelanggan, karena hal itu adalah *basic hospitality* atau keramah-tamahan yang harus diterapkan oleh para pelayan *public*. Jadi maunya pelanggan seperti apa, paling enggak kalau saya jadi pelanggan mau di *treatment* seperti apa gitu. Saya coba tanyakan ke teman-teman Barista yang lain untuk memposisikan diri sebagai pelanggan saat melayani. Memang agak susah dan *nggak* semua orang tahu, mungkin karena pengalaman kerjanya yang masih *minim* atau tidak memiliki *basic* di bidang pelayanan. Menuruti setiap *request* dari *customer*, tapi selagi bisa dan masuk akal. Kadang kan ada *customer* yang minta kopinya aneh-aneh, gulanya segini, kopinya segini, ininya segini. Kalau masih bisa dibuatkan, pasti aku buat. Tapi kalau *requestnya* bakal bikin rasanya jadi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kacau dan nggak enak ya langsung aku kasih tau, aku kasih penjelasan yang sejelas-jelasnya. Kalau mau nurut ya alhamdulillah, kalau enggak ya tetep kita buat, tapi kalau rasanya kacau yaudah resiko mereka yang nanggung. Aku biasanya kalau Lexo Coffee And Roastery lagi ada promo, selalu aku tawarin ke setiap *customer* yang datang.

7. Apa saja faktor penghambat yang kerap ditemui barista dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan?

Jawaban:

Faktor yang pertama yaitu bahasa. Bahasa memang sering menjadi kendala dalam pelayanan, seperti kadang ada pelanggan yang berbahasa daerah dan masih susah untuk berbahasa Indonesia dengan lancar kadang kita kebingungan untuk menafsirkannya soalnya si pelanggan ngomong bahasa Indonesianya pun terbatah-batah kadang ada juga yang mencampur bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia tetapi dengan *spelling* yang salah, jadinya kan kita bisa salah tafsir dan fatal jadi miskom jadinya.

- Faktor yang kedua yaitu tidak adanya *feedback*. Waktu saya ulangi bacaan pesanan si *customer* tidak mendengarkan, tidak kontak mata dengan kita dan nanti saat orderan keluar si *customer* protes, padahal tadi sudah saya ulangi bacaan pesanan dari konsumennya, yang seperti itu kadang yang menjadi hambatan bagi kita, tapi ya tetap kita layani pelanggan dengan baik

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta** dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN II HASIL DOKUMENTASI

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Foto Area Lexo Coffee And Roastery



Tampak Muka Lexo Coffee And Roastery



Sign Lexo Coffee And Roastery

Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Outdoor Area Lexo Coffee And Roastery



Bagian Outdoor Area Lexo Coffee And Roastery

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Suasana Bagian Outdoor Pada Siang Hari

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Foto Wawancara



Bersama Owner Lexo Coffee and Roastery

- Hak Cipta Uinranggr Uinrang-uranga**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bersama Barista(Aca) dan Senior Barista(Alan)
Lexo Coffee and Roastery



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bersama Casual Barista, Senior Barista (Alan) dan Head Barista (Diva)
Lexo Coffee And Roastery

ty of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bagian Bar Lexo Coffee And Roastery

© Ha

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Suasana Crowd Bar Lexo Coffee And Roastery saat melayani pelanggan dengan konsep Hybrid Self Service

Sultan Syarif Kasim Riau



Suasana Bar saat Meracik Minuman Lexo Coffee And Roastery

Hak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Suasa Bar Lexo Coffee and Roastery saat Melayani Pelanggan Dengan Konsep Hybrid Self Service

- Hak Cipta
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Suasana Bagian Indoor Full ac saat pelanggan menikmati beberapa fasilitas yang ada

© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

Suasana pelanggan Lexo Coffee and Roastery pada bagian Outdoor yang lebih dekat dengan alam

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Beberapa produk Lexo Coffee And Roastery diantaranya Sacar, Roast Beans, Lexo Coffee, Americano



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Suasana proses brewing filter coffee Pada Bar lexo coffee and Roastery

yarif Kasim Riau



Bagian ruangan Roasting dan proses Roasting Green Beans

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.