

INTERAKSI SOSIAL BARISTA DAN KONSUMEN DI KOPI SEDUH JENAR, DENPASAR SELATAN

Athaur Rahim¹⁾, I Nengah Punia²⁾, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : pengusahamuda05@gmail.com¹, pengah_punia@yahoo.com²,
snimadeanggita@yahoo.com³

ABSTRACT

This study examines the social interaction between consumers and baristas at Kopi Seduh Jenar, South Denpasar. The type of research used is qualitative descriptive research. The theory used is the symbolic interactionism theory of Herbert Blumer. The results showed that the social interaction between baristas and consumers of Kopi Seduh Jenar was generally an associative social interaction and included cooperative and acculturation mechanisms. Symbols used in social interactions between baristas with consumers at Kopi Seduh Jenar are symbols of languages that manifest in spoken language symbols, gestures and actions, language of images and writings in social media Instagram, as well as Strategic symbols. The interpretation of the symbols on the social interaction of Kopi Seduh Jenar then resulted in social, economic, and educational significance. In the future, more advanced research is required to learn aspects of social interactions and other sociological aspects of coffee shops in Denpasar city.

Keywords: *Symbolic interactionism, Coffee Shop, Kopi Seduh Jenar*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan konsumsi kopi menjadi salah satu fenomena global yang terjadi hampir di seluruh belahan dunia. Hal ini ditandai antara lain dengan menjamurnya kedai-kedai kopi (*coffee shop*) beberapa dekade terakhir ini. Perkembangan yang signifikan dalam konsumsi kopi ini tidak terlepas dari berbagai faktor antara lain fenomena konsumerisme global, meningkatnya apresiasi masyarakat dunia terhadap kopi dengan kualitas tinggi, serta strategi pemasaran yang disesuaikan dengan karakter masyarakat pascamodern saat ini seperti penjualan kopi dengan penataan kedai yang apik serta dilengkapi dengan akses internet. Perkembangan konsumsi kopi

sebagai bagian dari fenomena konsumerisme global di Indonesia mulai muncul sekitar tahun 1990-an saat mal-mal mulai menjamur. Kafe Excelso dan Oh La La menjadi kafe kopi modern pertama di Plaza Indonesia pada saat itu dan mulai membuka cabang di kota-kota besar lain di Indonesia. Kemunculan kafe-kafe kopi ini selanjutnya disusul dengan masuknya brand kopi *frenchise* milik asing semisal Starbucks, Excelso, dan Dome (Said, tt: 8).

Berbagai fasilitas yang disajikan di kedai kopi seperti tempat yang nyaman dan adanya akses internet, tidak akan cukup menarik konsumen tanpa disertai dengan sajian kopi nikmat dan estetis. Sajian kopi

yang nikmat dan estetis tersebut ditentukan oleh kualitas baristanya. Seorang barista dituntut memiliki keahlian meracik kopi dan memiliki wawasan yang luas tentang kopi karena setiap konsumen kopi mempunyai selera yang berbeda-beda. Profesi barista tidak memiliki kode etik khusus yang menjadi panduan dalam melayani konsumen. Pelayanan dilakukan atas dasar kesadaran moral konvensional bahwa pelanggan adalah "raja" sehingga seorang barista harus memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen. Bentuk pelayanan yang diberikan meliputi berbagai aspek mulai dari menerima pesanan, membuat dan menyajikan kopi, hingga memberikan informasi yang relevan mengenai kopi. Memberikan informasi atau pengetahuan mengenai kopi merupakan salah satu bentuk pelayanan yang bersifat edukatif, akan tetapi sangat jarang ditemui barista yang pelayanannya bersifat edukatif. Pelayanan barista pada umumnya hanya sekadar meracik dan menyajikan kopi saja. Bila adapun, pelayanan edukatif ini biasanya dimulai oleh konsumen yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan.

Pelayanan berbeda dapat ditemukan di Kopi Seduh Jenar, yang terletak di Jalan Tukad Barito, Kelurahan Panjer, Denpasar Selatan. Konsep dasar Kopi Seduh Jenar adalah meminum kopi secara sederhana sehingga menyantapnya pun tidak sebanyak di kedai kopi lainnya. Selain itu pelayanannya tidak hanya meracik kopi dan menyajikan saja, tetapi juga memberi edukasi kepada konsumen.

Interaksi antara barista dan konsumen di Kopi Seduh Jenar merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Interaksi sosial aktif yang ditumbuhkan oleh sang barista dengan pelayanan edukatif menjadi topik yang menarik untuk diteliti di tengah-tengah konsumsi kopi di kalangan anak muda yang umumnya bersifat pasif, konsumernya, dan hanya menonjolkan aspek estetika demi memperlihatkan eksistensi sosial. Penelitian ini akan berfokus pada interaksi sosial yang terjadi di Kopi Seduh Jenar antara barista dan konsumen. Interaksi tersebut memperlihatkan simbol-simbol yang akan dimaknai baik oleh barista maupun konsumen. Teori interaksionisme simbolik akan digunakan sebagai pisau analisis fenomena interaksi barista dan konsumen di Kopi Seduh Jenar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Manzo (2014) Dalam tulisannya, *Machines, People, and Social Interaction in "Third Waves" Coffeeshouses*, dikemukakan bahwa *coffeeshouse* tidak hanya berperan dalam wujudnya sebagai sebuah ruang atau terminologi konsumsi, akan tetapi sebagai sebuah ruang publik yang mengakomodir dan memfasilitasi terjadinya interaksi dan komunikasi sosial dalam masyarakat. Lebih jauh, Manzo menjelaskan fenomena yang disebut sebagai "*third wave coffeeshouse*" untuk menjelaskan sosiabilitas kedai kopi modern sebagai ruang interaksi yang intensif antara konsumen dan pramusaji terutama barista. Fenomena ini diakibatkan karena

pada generasi ketiga ini, konsumen tidak hanya berhasrat datang untuk meminum kopi saja, akan tetapi juga konsumen ingin tahu mengenai kopi dan dunia kopi itu sendiri.

Dalam tulisannya yang lain, *Third Wave Coffehouses as Venues for Sociality: On Encounters between Employees and Customers*, Manzo (2015) secara gamblang menunjukkan bahwa *third wave coffehouses* dicirikan dengan merebaknya kedai kopi independen, *roaster*, dan subkultur “hobi rumahan”. Subkultur ini jelas mengedepankan keahlian, pengalaman, komunikasi *face to face*, dan komunitas sebagai satuan sosial yang tradisional, akan tetapi juga menggunakan alat-alat berbasis teknologi seperti mesin-mesin espresso canggih dan pemanfaatan internet secara masif untuk sarana diskusi, *review* produk, dan lain sebagainya. Dengan desain ruang yang *open space*, mesin-mesin espresso dan kelihaihan barista dalam meracik berbagai macam menu kopi menjadi atraksi yang dipertontonkan dan memperkuat interaksi antara konsumen dan pegawai kedai kopi.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Manzo (2014; 2015) karena sama-sama memfokuskan diri pada interaksi sosial di kedai kopi, sebagai bagian dari *third wave coffehouses*. Perbedaannya selain pada lokasi penelitian, juga terletak pada fokus penelitian dimana penelitian yang akan dilakukan ini lebih berfokus pada interaksi sosial antara barista dan konsumen di Kopi Seduh Jenar, serta bagaimana

keduanya memaknai simbol yang timbul dari interaksi tersebut.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini akan menggunakan teori interaksionisme simbolis yang dikemukakan oleh Herbert Blumer. Interaksionisme Simbolis merupakan aliran sosiologi Amerika Serikat yang lahir dari tradisi psikologi yang dipopulerkan setidaknya oleh tiga orang psikolog antara lain George Herbert Mead (1863-1931), Charles Horton Cooley (1864-1929), dan Herbert Blumer.

Blumer merupakan murid dari Mead yang kemudian mengembangkan konsep interaksi simbolis menjadi lebih luas dan metodologis. Menurut Blumer, interaksi yang terjadi di antara manusia merupakan tipe interaksi yang khas karena manusia saling menerjemahkan, menafsirkan, dan mendefinisikan tindakan satu sama lain. Tanggapan seseorang, tidak dibuat secara langsung atas tindakan itu, tetapi didasarkan atas “makna” yang diberikan. Interaksi dijabatani oleh penggunaan simbol, penafsiran, dan penemuan makna tindakan orang lain. Interaksi manusia tidak hanya terbatas pada adanya stimulus yang menimbulkan respon, namun stimulus dan respon tersebut diperantarai oleh interpretasi aktor (Ritzer, 2010: 52).

Dalam perspektif Blumer, teori interaksi simbolik mengandung beberapa ide dasar, yaitu:

- 1) Masyarakat terdiri atas manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial;
- 2) Interaksi terdiri atas berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi nonsymbolis mencakup stimulus respons, sedangkan interaksi simbolis mencakup penafsiran tindakan-tindakan;
- 3) Objek-objek tidak memiliki makna yang intrinsik. Makna lebih merupakan produk interaksi simbolis. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu objek fisik, objek sosial, dan objek abstrak;
- 4) Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal. Mereka juga melihat dirinya sebagai objek;
- 5) Tindakan manusia adalah tindakan interpretasi yang dibuat manusia itu sendiri;
- 6) Tindakan tersebut saling berkaitan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan "tindakan bersama". Sebagian besar "tindakan bersama" tersebut dilakukan berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Kemudian di saat lain ia melahirkan kebudayaan (Bachtar, 2006:249-250).

Blumer bertumpu pada tiga premis utama dalam membangun teori interaksionisme simboliknya, yaitu:

- 1) Manusia bertindak atau bersikap terhadap manusia yang lain dengan dilandasi oleh

pemaknaan yang mereka berikan terhadap orang lain tersebut. Adapun pemaknaan yang diberikan oleh seseorang pada dasarnya berasal dari keyakinan individu atau sosial dan dianggap sebagai suatu kenyataan;

- 2) Pemaknaan diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan individu dengan orang lain. Adapun makna berasal dari proses negosiasi melalui penggunaan bahasa (*language*) di dalam masyarakat;
- 3) Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Soeprapto, 2002:123-124).

Selain itu Blumer berpendapat manusia merupakan aktor yang sadar dan reflektif, yang menyatukan obyek-obyek yang diketahuinya melalui apa yang disebut sebagai proses *self-indication*. *Self Indication* adalah "proses komunikasi yang sedang berjalan dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberikan makna, dan memutuskan untuk bertindak atas makna itu". Proses *self indication* ini terjadi dalam konteks sosial dimana individu mencoba "mengantisipasi" tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu (Poloma, 2013: 261). *Self indication* ini dalam arti yang lebih fleksibel dapat dikatakan sebagai interpretasi.

Interpretasi merupakan aspek yang sangat penting dalam teori interaksionisme simbolis Blumer karena pandangan Blumer mendudukan seorang individu dalam

hakikatnya sebagai makhluk yang sadar dan reflektif; tidak hanya sebatas makhluk kreatif yang dikemukakan George Herbert Mead. Lebih jauh pendekatan yang dikemukakan oleh Blumer melampaui pendekatan Mead dimana interaksi sosial ala Blumer merupakan pendekatan behaviorisme sosial, yang mendudukan perilaku individu atau aktor sosial selalu dalam konteks hubungan dengan aktor lain, serta mengakui keberadaan struktur sosial (seperti status sosial) sebagai bagian yang penting dalam interpretasinya (Umiarso dan Elbadiansyah, 2014: 173). Dengan bentuk pendekatan yang demikian, maka teori ini relevan digunakan dalam penelitian ini.

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif dengan tujuan memberikan gambaran umum tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan. Metode kualitatif dipilih karena penulis ingin mendapatkan informasi berikut data-data mendalam berkenaan dengan interaksi sosial antara barista dan konsumen pada Kopi Seduh Jenar.

Penelitian deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menggali dan memberi interpretasi terhadap interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen di Kopi Seduh Jenar, serta bagaimana keduanya

memaknai simbol-simbol yang muncul dari interaksi sosial tersebut. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, sehingga dapat menggambarkan secara utuh terhadap apa yang ingin diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kopi Seduh Jenar merupakan salah satu kedai kopi yang terdapat di Kota Denpasar dan memiliki visi yang dijiwai gelombang industri kopi ketiga. Kopi Seduh Jenar dibuka pada 5 Juni 2017 oleh barista sekaligus pemiliknya yang bernama Miftahul Munir. Munir memiliki kecintaan terhadap industri kopi yang telah dikenalnya sejak tahun 2010. Kecintaan Munir ini antara lain dibuktikan dengan keterlibatannya dalam berbagai *event* kopi, mulai dari edukasi petani, kerjasama dan edukasi dengan pelaku bisnis *roasting* kopi, penggalangan dana (*charity*), hingga pada khalayak umum yang memiliki antusiasme tinggi terhadap industri atau konsumsi kopi. Kopi Seduh Jenar sejak awal didirikan selain sebagai sebuah usaha yang berbasis keuntungan, telah memiliki misi edukasi.

Berbeda dengan kedai-kedai kopi lain di Kota Denpasar yang mengusung estetika tempat, tersedianya fasilitas *wifi*, dan penggunaan mesin-mesin *espresso* modern, Kopi Seduh Jenar mengusung tema sebagai sebuah kedai kopi yang sederhana namun kaya makna. Dilihat dari tempatnya, Kopi

Seduh Jenar memanfaatkan ruang terbuka. *Bar* sebagai tempat membuat kopi dimodifikasi dari gerobak menjadi sebuah *minibar*. Tempat duduk pelanggan pun terlihat biasa-biasa saja. Konsep seperti ini menurut informan Munir, sengaja dibuat untuk menunjukkan bahwa untuk dapat merasakan kopi dengan kualitas premium baik yang berasal dari dalam dan luar negeri, konsumen tidak perlu pergi ke kedai kopi yang eksklusif dan mahal.

4.2 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial antara Konsumen dan Barista di Kedai Kopi Seduh Jenar

Kopi Seduh Jenar dalam terminologi Sosiologi merupakan sebuah ruang sosial yang mengakomodir terjadinya interaksi sosial baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Kopi Seduh Jenar sebagai sebuah ruang sosial dibentuk secara berbeda dengan kedai kopi modern pada umumnya dimana aspek-aspek yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial organik merupakan sesuatu yang dijaga dan dipertahankan. Interaksi sosial organik yang dimaksud adalah interaksi yang nyata (tradisional), *face to face*, intens, dan berbasis kelompok sosial (*gemeinschaft*). Hal ini berbeda dengan kedai-kedai kopi lain yang memang didesain

secara kontemporer dengan desain yang menarik sebagai sebuah tempat berfoto, atau dilengkapi pula dengan akses *wifi* yang alih-alih menciptakan suasana yang sosialitatif malah menciptakan sifat individualis dimana konsumen diarahkan untuk tunduk pada gawai (Manzo, 2015: 746).

Suasan berbeda dapat ditemukan di Kedai Kopi Seduh Jenar, dimana interaksi barista Kopi Seduh Jenar dengan konsumennya terjalin begitu akrab, terjadi komunikasi dua arah atau adanya hubungan timbal balik antar individu. Hal tersebut disebabkan karena konsep awal Kopi Seduh Jenar, yang menginginkan komunikasi antar konsumen dan barista ataupun konsumen antar konsumen terbentuk. Apabila dibandingkan dengan kedai kopi lainnya bentuk interaksi di Kopi Seduh Jenar menjadi berbeda, disebabkan oleh beberapa faktor yakni, tidak ada daftar menu, konsumen baru harus menanyakan terlebih dahulu menu kepada barista. Sejak awal bentuk komunikasi yang lebih intens seperti itu sudah diajarkan. Jika dibandingkan dengan *coffee shop* lainnya yang sudah disediakan daftar menu, konsumen bisa langsung memilih sajian kopi

atau lainnya yang diinginkan lalu barista mencatat pesannya. Komunikasi seperti itu tidak intens, sangat mengisyaratkan relasi ekonomi antara pelanggan dengan penyedia barang/jasa. Bentuk-bentuk interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen pada Kedai Kopi Seduh Jenar secara umum dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis interaksi yaitu interaksi yang positif melalui bentuk (asosiatif), dan bentuk negatif (disosiatif).

4.2.1 Bentuk Interaksi Sosial Asosiatif antara Barista dan Konsumen di Kopi Seduh Jenar

Interaksi sosial antara konsumen dan barista yang terjadi di Kedai Kopi Seduh Jenar, berdasarkan hasil observasi penulis dan wawancara langsung dengan informan Munir, secara umum mengambil bentuk interaksi yang bersifat asosiatif. Interaksi sosial yang asosiatif di Kopi Seduh Jenar selain didasari oleh kepentingan sebagai produsen dan konsumen, juga disebabkan oleh adanya tujuan-tujuan lain seperti misalnya tujuan untuk mempelajari seluk beluk kopi dan cara-cara penyeduhan dan penyajiannya. Informan Munir sebagai pemilik sekaligus barista Kopi Seduh Jenar memang memiliki misi mengedukasi para konsumennya, selain tujuan menjual kopi secara komersial. Pada saat-saat tertentu

dimana kondisi memungkinkan, informan Munir sebagai barista tidak segan-segan membiarkan konsumennya untuk menyeduh kopi sendiri dimana ia berperan sebagai pembimbing.

Demikianlah bentuk interaksi sosial yang bersifat asosiatif dan terjadi di Kedai Kopi Seduh Jenar. Seperti disampaikan di muka, secara umum bentuk asosiatif interaksi sosial terjadi melalui mekanisme kerjasama (*cooperation*) yang didasari tujuan praktis dengan motif ekonomi (barista) dan konsumsi (konsumen). Motif lain sebagai tujuan bersama yang mendorong mekanisme kerjasama adalah motif edukatif dan informatif dimana barista dan konsumen tidak hanya berperan sebagai produsen dan konsumen, melainkan sebagai seseorang yang belajar dan mengajar mengenai kopi dan teknik-teknik tertentu untuk mengolahnya.

Mekanisme interaksi asosiatif lain yang terjadi adalah mekanisme akomodatif (*accomodation*) dengan bentuk toleransi. Meskipun mekanisme akomodatif sering dihubungkan dengan penyelesaian konflik, dalam kasus interaksi sosial di Kopi Seduh Jenar mekanisme ini bukan merupakan sebuah konflik yang serius. Contoh mekanisme akomodasi dalam bentuk toleransi ini terjadi ketika konsumen harus menunggu pesanan kopinya karena kondisi Kopi Seduh Jenar sedang ramai, atau hal-hal lain yang berkaitan dengan toleransi kultural antara informan Munir sebagai barista

dengan konsumennya yang berasal dari berbagai latar sosial dan budaya. Bentuk asosiatif pada interaksi sosial antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar, pada beberapa kasus merupakan bentuk interaksi sosial yang terjadi melalui mekanisme alkulturasi (*acculturation*).

Interaksi sosial asosiatif di Kopi Seduh Jenar bernilai positif, karena respon dari konsumen yang menilai Barista Kopi Seduh Jenar tidak ada komentar negatif, mereka merasa bahwa Barista Kopi Seduh Jenar sesuai yang mereka harapkan, yaitu dengan mendapatkan informasi ataupun edukasi tentang kopi.

4.2.2 Bentuk Interaksi Sosial Disosiatif antara Barista dan Konsumen di Kopi Seduh Jenar

Bentuk interaksi disosiatif merupakan bentuk interaksi yang berlawanan dengan interaksi sosial asosiatif. Bila dalam bentuk asosiatif sebuah interaksi sosial terjadi dengan damai dan bertujuan untuk menciptakan keseimbangan atau kerukunan sosial, bentuk disosiatif merupakan bentuk interaksi yang penuh pertentangan dan dapat menimbulkan atau dapat berupa sebuah konflik. Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara, baik dengan informan Munir maupun informan lain sebagai konsumen, interaksi sosial dalam bentuk ini jarang sekali terjadi.

Interaksi sosial bersifat Disosiatif jarang dan hampir tidak terjadi di Kopi Seduh Jenar, dikarenakan konsumen Kopi Seduh

Jenar Sudah mengerti akan keadaan dan kondisi di sana yang selalu ramai dan Kopi Seduh Jenar memakai metode manual dalam menyeduh kopinya.

4.3 Simbol-Simbol pada Interaksi Sosial antara Barista dan Konsumen Kopi Seduh Jenar

Interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar terjadi melalui pengomunikasian simbol-simbol yang mempresentasikan maksud-maksud tertentu antar kedua pihak. Dalam pandangan interaksionisme simbolik Herbert Blumer, simbol yang paling utama digunakan adalah bahasa (*language*) dan isyarat (*decoding*). Simbol-simbol ini bukan merupakan faktor-faktor yang telah terjadi (*given*) melainkan merupakan suatu proses yang berlanjut, atau dalam arti lain simbol-simbol ini dipertukarkan secara terus menerus antar manusia melalui proses penyampaian makna (Wirawan, 2013: 117).

Simbol-simbol yang muncul pada interaksi sosial antara barista dan konsumen pada Kopi Seduh Jenar merupakan simbol bahasa. Bahasa dalam hal ini memiliki makna yang luas, dan dapat merupakan bahasa lisan, bahasa tulis, bahasa tubuh (*gesture*), simbol gambar, maupun bahasa isyarat. Secara rinci simbol-simbol yang muncul pada interaksi sosial antara barista dan konsumen di Kopi Seduh Jenar adalah sebagai berikut.

4.3.1 Bahasa Lisan

Bahasa lisan merupakan simbol yang paling umum digunakan dalam interaksi sosial antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar. Bahasa yang digunakan sebagai simbol secara umum adalah Bahasa Indonesia dengan istilah-istilah yang lazim digunakan oleh barista dan konsumen kopi pada umumnya.

4.3.2 Bahasa Khas

Bahasa khas merupakan bahasa lisan yang digunakan sebagai simbol dan memuat jargon-jargon khas yang berkaitan dengan kopi. Bahasa ini muncul ketika informan Munir memberikan informasi mengenai suatu produk atau sebaliknya, ketika ada konsumen yang bertanya mengenai kopi.

4.3.3 Gesture/ Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh atau gestur merupakan simbol yang disampaikan melalui ekspresi gerak tubuh sebagai baik sebagai pemantik interaksi maupun respon terhadap interaksi sosial yang telah terjadi. Gestur atau simbol tersebut pada umumnya bersifat asosiatif, seperti tersenyum, tertawa, berjabat tangan, toss. Selain itu, gerakan tubuh yang penulis jumpai antara lain adalah menguncupkan kedua belah tangan (berterima kasih). Gerakan tubuh untuk merespon juga tampak ketika informan Munir sebagai barista menyeduh atau membuat menu kopi pesanan.

4.3.4 Simbol Gambar dan Virtual dalam Media Sosial

Jenis simbol lain yang dapat ditemukan sebagai sarana interaksi sosial antara barista kopi seduh Jenar dengan konsumennya adalah simbol gambar, foto, dan video yang disampaikan lewat akun Instagram @jenarkopi. Interaksi sosial yang terjalin antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar selain terjadi di lokasi kedai, juga terjadi dalam media sosial. Simbol yang digunakan antara lain berupa foto dalam *feed* instagram, ataupun dalam *instagram stories*. Simbol gambar pada fitur *feed* Instagram @kopijenar memuat sejumlah tema antara lain Produk kopi, Proses penyeduhan kopi, Alat- alat penyeduhan kopi , Poster *event-event* kopi dan juga foto foto konsumen dan kebersamaan dengan Barista Kopi Seduh Jenar.

4.3.5 Simbol Khas Kopi Seduh Jenar Serta Jargon “Pelan tapi Ngopi”

Selain simbol-simbol di atas terdapat simbol lain yang digunakan oleh barista Munir yaitu “Simbol Strategi” karena diaplikasikan dalam praktik berjualan kopi sebagai sebuah strategi sekaligus identitas yang membentuk citra Kopi Seduh Jenar. Simbol-simbol tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kopi Seduh Jenar tidak menyediakan daftar menu dalam bentuk fisik maupun non fisik. Simbol ini sengaja diciptakan oleh informan Munir dengan pertimbangan sosial dan edukasi

2. Kopi seduh Jenar tidak menyediakan gula. Strategi ini menjadi simbol yang membentuk identitas Kopi Seduh Jenar, dengan tidak menyediakan gula informan Munir sengaja mengajak konsumen untuk membiasakan diri menikmati kopi secara “sejati”. Konsumsi kopi tanpa gula akan menjadikan meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai ragam citarasa kopi, terutama pada *specialty coffee*.

3. Kopi seduh Jenar tidak melayani *take away*. Simbol strategis ini menurut keterangan informan Munir dilakukan untuk mengedukasi konsumen bahwa kopi yang paling enak dinikmati dan dapat dirasakan cita rasa aslinya adalah kopi yang hangat dan baru dibuat. *Take away* akan mengurangi bahkan menghilangkan cita rasa kopi terutama pada kopi *specialty* akibat waktu dan pendinginan

4. Jargon “Pelan tapi Ngopi” merupakan jargon yang melekat pada Kopi Seduh Jenar seperti sebuah semboyan. Jargon ini bersifat strategis karena membentuk identitas Kopi Seduh Jenar. Pelan tapi ngopi menurut informan Munir merupakan simbol yang mengajak konsumen untuk memahami dan menghargai proses penyeduhan dan penyajian kopi secara perlahan untuk mendapatkan cita rasa kopi yang ideal. Penyeduhan dan penyajian kopi dengan manual brewing memakan waktu yang cukup lama dan harus dilakukan secara pelan-pelan. Kendati demikian, dengan penyeduhan “pelan” tersebut konsumen akan dapat ngopi dengan cita rasa kopi terbaik.

4.4 Pemaknaan Simbol oleh Barista dan Konsumen Kopi Seduh Jenar dalam Perspektif Interaksionisme Simbolis

Pemaknaan simbol dari interaksi sosial antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar dapat dipahami dengan menerapkan prinsip-prinsip interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer sebagai berikut.

Pertama, hal yang penting disadari untuk mempelajari interaksi sosial adalah pemahaman bahwa individu bertindak berdasarkan makna mengenai seseorang atau objek secara spesifik bagi mereka. Dalam hal ini, setiap individu memiliki sudut pandang yang berbeda-beda mengenai orang lain yang berinteraksi dengannya. Dalam kasus interaksi antara barista dengan konsumen Kopi Seduh Jenar, terdapat perbedaan-perbedaan pandangan dari kedua belah pihak. Beberapa konsumen yang sudah sangat dekat dengan informan Munir memandang bahwa sosok Munir adalah seorang teman, sahabat, bahkan keluarga karena intensitas pertemuan dan interaksi sosial yang terjalin. Konsumen lain, yang baru menjadi pembeli atau memang hanya beberapa kali menikmati kopi di Kopi Seduh Jenar, memandang sosok Munir tidak lebih dari seorang barista sekaligus pedagang kopi. Pandangan-pandangan inilah yang disebut Blumer sebagai makna mengenai seseorang.

Kedua, makna yang muncul mengenai seseorang atau objek berasal atau muncul dari interaksi individu dengan individu lainnya. Pada kasus interaksi sosial antara barista Kopi Seduh Jenar dengan konsumennya, pemaknaan mengenai karakter diri satu sama lahir, lahir dari pertemuan yang terus menerus. Bagi sebagian konsumen, informan Munir sudah dianggap sebagai seorang sahabat dan keluarga sebagai hasil dari interaksi sosial yang intensif. Adapun konsumen yang belum lama mengenal dan interaksi dengan informan Munir sebagian menganggap edukator kopi sekaligus sebagai seorang pebisnis kopi. Informan Munir sebagai barista di Kopi Seduh Jenar memaknai konsumen yang datang sebagai pelanggan atau penikmat kopi. Namun beberapa konsumen yang informan Munir kenal dan telah berkali-kali berkunjung ke Kopi Seduh Jenar dimaknai sebagai teman dekat. Informan Munir mengajari teknik penyeduhan kopi tersebut kepada teman dekat tersebut, namun untuk mengedukasi kopi mengenai cita rasa serta asal kopi, Munir melakukan kepada semua pelanggan.

Makna diolah dan dimodifikasi melalui proses interpretasi pada interaksi sosial yang dialaminya. Premis ketiga dari Blumer ini terlihat pada percakapan, dan bertindak. Adapun makna-makna yang muncul dari interaksi sosial antara barista dengan konsumen Kopi Seduh Jenar adalah:

a. Makna Sosial

Makna sosial merupakan makna yang merepresentasikan individu atau kelompok individu sebagai bagian dari suatu masyarakat atau kelompok. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa informan merasakan bahwa interaksi sosial yang terjalin antara dirinya dengan barista, serta dengan individu-individu lain merupakan sebuah proses sosialisasi yang baik. Sosok barista Munir, dalam pandangan sejumlah konsumen merupakan sosok yang mudah bergaul, mampu mencairkan suasana dan memiliki inisiatif untuk menghapus ketegangan sosial.

b. Makna Ekonomi

Makna ekonomi merupakan makna yang berkaitan dengan proses-proses ekonomi, dalam hal ini kegiatan jual beli. Tidak dapat dipungkiri bahwa dasar dari interaksi sosial antara konsumen dan barista Kopi Seduh Jenar secara umum didasari motif ekonomi. Informan Munir adalah barista sekaligus seorang pengusaha kopi, begitu pula konsumennya adalah individu-individu yang memiliki kebutuhan konsumsi kopi.

c. Makna Edukasi

Makna edukasi merupakan makna yang berkaitan dengan pendidikan atau penyampaian informasi mengenai kopi. Informan Munir, dalam pandangan beberapa konsumennya adalah seseorang yang inspiratif dan edukator kopi.

Dalam prakteknya barista dan konsumen sama-sama saling membutuhkan. Barista membutuhkan pelanggan atau

konsumen sebagai pendapatan untuk kedai kopi mereka sedangkan konsumen membutuhkan barista sebagai orang yang menyajikan kopi. Oleh sebab itu, barista dan konsumen sama-sama mengakui keberadaan status sosial yang mereka jalankan sebagai stimulus dan respon. Informan Munir sering menstimulus konsumennya melalui pengetahuan tentang rasa kopi, asal kopi serta yang membantu mengajarkan cara untuk membuat kopi. Bagi konsumen ini merupakan pengetahuan yang jarang mereka dapatkan di kedai kopi lainnya.

Dalam teori Blumer mengenai Interaksionalisme Simbolis terdapat *self-indication* yang menjadi perantara antara stimulus dengan respon. Dalam *self-indication* ada beberapa tahap yang harus dilalui mulai dari mengetahui sesuatu, menilai, memberi makna, dan memutuskan. Pada tahap awal Informan Munir sebagai barista menjelaskan mengenai ketersediaan kopi yang ada di Kopi Seduh Jenar. Kopi-kopi tersebut dijelaskan oleh Informan Munir terkait rasa dan asal kopi tersebut. Selanjutnya pelanggan akan menilai dari penjelasan yang telah disampaikan oleh barista. Penilaian dari pelanggan biasanya terkait dengan apa yang mereka ingin minum saat itu. Selanjutnya pelanggan memberi makna sesuai dengan keinginan mereka. Ada beberapa pelanggan yang ingin mencoba rasa baru, namun ada juga beberapa pelanggan yang selalu menikmati kopi dengan rasa yang sama. Hingga pada tahap terakhir dalam *self-indication* pelanggan memutuskan untuk

membeli salah satu dari kopi yang mereka inginkan.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1) Interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen Kedai Kopi Seduh Jenar secara umum merupakan interaksi sosial yang bersifat asosiatif dan meliputi mekanisme kerjasama (cooperative) dan alkulturasi. Interaksi yang bersifat disosiatif terjadi pula namun dengan frekuensi yang sangat jarang dalam bentuk kontravensi.

2) Simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi sosial antara barista dengan konsumen pada Kopi Seduh Jenar adalah simbol bahasa yang terwujud dalam simbol bahasa lisan, gesture dan tindakan, serta bahasa berupa gambar dan tulisan dalam media sosial Instagram.

3) Makna yang muncul sebagai hasil dari interaksi sosial antara barista dengan konsumen pada Kopi Seduh Jenar adalah makna sosial, ekonomi, dan edukatif.

Bisnis Kopi di Kopi Seduh Jenar, ternyata tidak semata mencari keuntungan saja, karena pemiliknya menggabungkan *passion* kopi dan bisnis, walaupun mendapatkan keuntungan tidak banyak tetapi mendapatkan kepuasan pada diri sendiri dalam mengedukasi konsumen di bidang

kopi. Hal itu dilihat dari Interaksi yang terjalin antara Barista dan Konsumen Kopi Seduh Jenar.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Manzo, J. (2014). Machines, People, and Social Interaction in "Third Wave Coffeehouses". *Journal of Arts and Humanities*, 8(3), p. 1-12
- Manzo, J. (2015). "Third-Wave" Coffeehouses as Venues for Sociality: On Encounters between Employees and Customers. *The Qualitative Report*, 20(6), p. 746-761.
- Waxman, Lisa. (2006). The Coffee Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment. *Journal of Interior Design*, 3(31), p. 35-53
- Soeprapto, Riyadi. (2002). *Interaksionisme Simbolik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Umiarso dan Elbadiyansyah. (2014). *Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta: Rajawali Press
- Poloma, Margaret M. (2013). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press
- Ahmadi, Dadi. (2008). Interaksionisme Simbolik: Suatu Pengantar. *Media Tor* 2(9). p. 301-316