

**KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI BARISTA DALAM
MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN KEDAI
TJANGKIR KOPI 1 DI MUSTIKA JAYA BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Shelbi Oktaferina

201910415169



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Antar Pribadi Barista Dalam
Membangun Kepuasan Pelanggan Kedai
Tjangkir Kopi 1 Di Mustika Jaya Bekasi

Nama Mahasiswa : Shelbi Oktaferina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415169

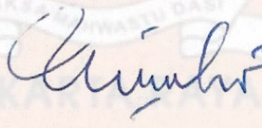
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing


Dr. Dwinarko. M.M.. M.H.

0312026604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Antar Pribadi Barista Dalam Membangun
Kepuasan Pelanggan Kedai Tjangkir Kopi 1 Di Mustika
Jaya Bekasi

Nama Mahasiswa : Shelbi Oktaferina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415169

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023
Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhaswasthi, M.Hum

NIDN. 0323057006

Penguji : Dr. Dwinarko, M.M., M.H

NIDN. 0312026604

Sekretaris Penguji : Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0306046603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

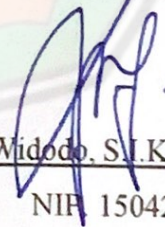


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi/tesis yang berjudul

Komunikasi Antar Pribadi Barista Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Kedai Tjankir Kopi 1 Di Mustika Jaya Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk dijilid dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Shelbi Oktaferina

201910415169

ABSTRAK

Shelbi Oktaferina. 201910415169. Komunikasi Antar Pribadi Barista Kepuasan Pelanggan Kedai Tjankir Kopi 1 Di Mustika Jaya Bekasi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Banyaknya *Coffee Shop* kekinian yang tersebar mulai dari kedai biasa hingga kedai kekinian yang mewah, karena meningkatnya optimisme masyarakat. Di dalam *Coffee Shop* mempunyai barista yang berpengalaman, Dalam konteks komunikasi, dibutuhkan oleh seorang barista adalah komunikasi antar pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi Antar Pribadi Barista Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Di Kedai Tjankir Kopi 1 Mustika Jaya Bekasi. Teori yang digunakan penelitian ini yaitu penetrasi sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam temuan yang terjadi dilapangan antara barista dengan pelanggan melalui data wawancara dan observasi menunjukkan adanya komunikasi antar pribadi. Dimana interaksi dimulai dengan penyambutan dari barista hingga proses pengambilan pesanan yang menggunakan *self service*.

Kata Kunci : Barista, coffee shop, komunikasi antar pribadi.

ABSTRACT

Shelbi Oktaferina. 201910415169. Barista Interpersonal Communication in Building Customer Satisfaction at The Tjangkir Kopi 1 Shop in Mustika Jaya Bekasi.

The background of this research is the large number of contemporary coffee shops that range from ordinary shops to modern, luxurious shops, due to increased public optimism. The Coffee Shop has experienced baristas. In the context of communication, what is needed by a barista is interpersonal communication. The purpose of this study was to determine Barista Interpersonal Communication in Building Customer Satisfaction at Tjangkir Kopi 1 Mustika Jaya Bekasi Shop. The theory used in this research is social penetration. The research method used is descriptive research method. Data collection techniques were carried out through interviews and observation. The results of the study show that the findings that occur in the field between baristas and customers through interview and observation data indicate that there is interpersonal communication. Where the interaction begins with the reception from the barista to the process of taking orders using self service.

Keyword : *Barista, coffee shop, interpersonal communication.*

KATA PENGANTAR

Penulis ucapkan puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan Seminar Proposal ini yang berjudul "KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI BARISTA DALAM MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN KEDAI TJANGKIR 1 DI MUSTIKA JAYA BEKASI."

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, tidak akan selesai tanpa doa, dukungan serta bantuan dari beberapa pihak yang terlibat dalam proses tersusunnya skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih sebagai bentuk rasa hormat penulis kepada Allah SWT dan kedua orang tua saya Ayahanda Yayan Soehana dan Ibunda Rina Herliana yang selalu mendoakan serta mendukung penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Inspektuktur Jendral Polisi (P) Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. H. Syahrir Kuba, S.Sos. S.IK., M.M. M.H. selaku Wakil Rektor III Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Aan Widodo, S.i.Kom., M.i.Kom Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Dwinarko. M.M.. M.H. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Dr. Ciwuk Musiana Yudhaswasthi, M.Hum Selaku Penguji Skripsi.
7. Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom Selaku Penguji Skripsi.
8. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Francisco Fabian selaku partner spesial penulis yang selalu memberi dukungan, kasih sayang dan semangat untuk terus maju tanpa mengenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih yang menjadi impian penulis.
10. Putri Ayu Lestari, Yulis Annisa Wardani, Rara Refli, Latipah, dan Siti Zahra, selaku sahabat penulis yang selalu membantu dan mendukung penulis selama di kampus.

Oleh karena itu penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik itu penulis, dan pembaca.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Shelbi Oktaferina



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian Teoritis dan Praktis	13
1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Konsep	19
2.2.1 Komunikasi	19

2.2.2 Komunikasi Antar Pribadi	19
2.2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi	20
2.2.2.2 Prinsip – Prinsip Komunikasi Antar Pribadi	21
2.2.2.3 Keefektivitas Komunikasi Antar Pribadi	22
2.2.3 Pelanggan.....	23
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.2.5 Barista	24
2.2.5.1 Tugas dan Pekerjaan Barista	25
2.3 Kerangka Teori.....	25
2.3.1 Teori Penetrasi Sosial (Social Penetration Theory).....	25
2.4 Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisa Data	33
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Objek Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
4.1.2 Identitas Tjangkir Kopi 1	36

4.1.3 Logo Tjangkir Kopi 1	37
4.1.4 Profil Informan Barista	37
4.1.4.1 Struktur Tim Barista Tjangkir Kopi 1	37
4.1.4.2 SOP Barista Tjangkir Kopi 1	37
4.1.5 Profil Informan Pelanggan	38
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Tahapan Penetrasi Sosial Antara Barista Dengan Pelanggan Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan	40
4.2.1.1 Tahap Orientasi	40
4.2.1.2 Tahap Pertukaran Eksporatif	42
4.2.1.3 Tahap Pertukaran Afektif	43
4.2.1.4 Tahap Pertukaran Stabil	44
4.3 Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 10 tempat kopi terbaik di Bekasi.....	4
Gambar 2 10 tempat kopi terbaik di Bekasi.....	4
Gambar 3 10 tempat kopi terbaik di Bekasi.....	5
Gambar 4 10 tempat kopi terbaik di Bekasi.....	5
Gambar 5 Review pelanggan Tjangkir Kopi 1	7
Gambar 6 Review pelanggan Tjangkir Kopi 1	7
Gambar 7 Review pelanggan Tjangkir Kopi 1	8



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata

LAMPIRAN 2 : Pedoman Wawancara

LAMPIRAN 3 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Reduksi Data

LAMPIRAN 5 : Dokumentasi

LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Telaah Pustaka	15
Tabel 2 Kriteria Informan Barista	30
Tabel 3 Kriteria Informan Pelanggan	31
Tabel 4 Informan Barista	36
Tabel 5 Informan Pelanggan	37

