

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam era ekonomi kreatif yang semakin berkembang, industri *Coffee Shop* mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Menurut data dari APKRINDO Jawa Timur (Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia), menunjukkan bahwa jumlah *Coffee Shop* di Indonesia meningkat lebih dari 16-18% setiap tahunnya,² menunjukkan adanya tren konsumsi kopi yang semakin tinggi di kalangan masyarakat urban dan semi-urban. Kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang dinamis. Penting bagi pemilik *Coffee Shop* untuk tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang menarik. Namun, dibalik pertumbuhan tersebut, muncul tantangan dalam membangun komunikasi yang efektif antara karyawan dan *Owner*, yang dapat berdampak pada kelangsungan bisnis.

Salah satu aspek penting dalam keberhasilan pengelolaan *Coffee Shop* adalah kualitas komunikasi antara *Owner* dan karyawan. Komunikasi yang baik akan meningkatkan efektivitas kerja, koordinasi, dan kenyamanan psikologis. Namun, tidak semua *Coffee Shop* memiliki pola komunikasi yang ideal, terutama pada usaha skala kecil yang bersifat kekeluargaan. Seringkali terjadi

² Peni Widarti, Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun, (2019), <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>, diakses pada 15 Februari 2024

tumpang tindih antara relasi profesional dan personal, yang menimbulkan ambiguitas makna dalam interaksi.³ Di sinilah teori interaksi simbolik relevan untuk digunakan.

Interaksi simbolik menekankan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang muncul dari interaksi sosial. George Herbert Mead dan Herbert Blumer menjelaskan bahwa makna tidak inheren pada objek atau tindakan, tetapi dikonstruksi melalui simbol dan bahasa. Dalam konteks kerja, makna itu muncul dalam percakapan, ekspresi wajah, gestur, serta kebiasaan yang berulang. Oleh karena itu, studi ini penting untuk mengungkap bagaimana simbol-simbol itu mempengaruhi komunikasi di Kedai Samadara.

Fenomena menarik yang terjadi di Kedai Samadara Tulungagung adalah gaya komunikasi yang kasual namun sarat makna. Interaksi antara *owner* dan karyawan tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga melibatkan emosi dan simbol budaya kerja. Misalnya, panggilan akrab seperti “Mas”, “Mbak”, atau istilah “team solid” menggambarkan relasi yang dibangun di atas rasa kebersamaan. Namun, belum ada kajian ilmiah yang menelaah makna simbol tersebut secara mendalam dan sistematis.

Penelitian terdahulu oleh Yohana dan Saifulloh membuktikan bahwa simbol-simbol dalam komunikasi kerja seperti pakaian, nada bicara, dan

³ Reta Mardela, *Fenomena Coffee Shop Sebagai Medium Komunikasi Populer Zilenial Di Kota Pekanbaru*, (Riau : Doctoral Dissertation 2024), hlm.14

ekspresi, mampu membangun keharmonisan antara atasan dan bawahan.⁴ Akan tetapi, penelitian mereka dilakukan di industri manufaktur, yang memiliki struktur organisasi berbeda dari *coffee shop*. Hal ini menjadi celah untuk penelitian lebih lanjut di sektor jasa yang lebih informal seperti Kedai Samadara.

Studi lainnya oleh Effendy dan Shabrina menunjukkan bahwa komunikasi simbolik di *Coffee Shop* juga berdampak pada *brand awareness* pelanggan. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada aspek pemasaran.⁵ Maka dari itu, diperlukan eksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana simbol dipahami oleh karyawan dan pemilik dalam konteks internal kerja sehari-hari, bukan eksternal kepada konsumen.

Kajian oleh Prihandini dan Handoyo mengenai interaksi simbolik barista menyoroti penggunaan simbol verbal dan nonverbal seperti gaya berpakaian dan pelayanan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan.⁶ Namun, mereka tidak menelaah komunikasi antara barista dan pemilik kedai. Oleh karena itu, studi tentang simbol dalam hubungan kerja internal masih belum banyak dibahas.

⁴ Angel Yohana dan Muhammad Saifulloh, Interaksi simbolik dalam membangun komunikasi antara atasan dan bawahan di perusahaan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol.18 No.1, (2019), hlm.122-130

⁵ Amalia Syafira Effendy, Almira Shabrina, Komunikasi Interaksi Simbolik *Spoke Person Badja Coffee* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Lokalate. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol.23 No.1, (2024), hlm.108-120

⁶ Oktaviani Dwi Prihandini, Pola Interaksi Simbolik Barista. *Jurnal Paradigma*, Vol.2 No.2, (2014), hlm.45

Selain itu, interaksi simbolik juga memengaruhi kepuasan kerja. Dalam penelitian Pasaribu, barista yang merasa dipahami dan dihargai dalam komunikasi simbolik cenderung menunjukkan loyalitas kerja lebih tinggi.⁷ Hal ini dapat dikaitkan dengan kenyataan di Kedai Samadara, di mana sebagian besar karyawan bertahan karena kenyamanan dalam berkomunikasi. Namun, belum ada bukti ilmiah yang menggambarkan hubungan kausal tersebut secara langsung.

Penelitian ini relevan karena masih terdapat tantangan komunikasi di usaha kecil, seperti minimnya pelatihan komunikasi, tidak adanya struktur formal, dan ketergantungan pada kedekatan emosional. Akibatnya, jika terjadi konflik atau miskomunikasi, tidak ada prosedur penyelesaian yang baku. Maka perlu dipahami bagaimana simbol digunakan dalam merespons konflik atau menjaga harmoni dalam relasi kerja.

Trend kekinian menunjukkan bahwa pekerja muda memilih tempat kerja yang menyenangkan secara sosial, bukan hanya soal gaji.⁸ *Coffee Shop* menjadi pilihan karena suasananya yang santai namun produktif. Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana interaksi simbolik menjadi mekanisme adaptasi sosial dalam dunia kerja *modern*. Konteks ini menunjukkan urgensi bagi

⁷ Pasaribu, *Peran Barista Dalam Menerapkan Pola Komunikasi Interpersonal untuk Mempertahankan Pasar Lexo Coffee And Roastery Di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), (2023), hlm.34

⁸ Alhimni Fabiansyah dan Almaas Adibah, Studi kualitatif: intensi menetap atau berpindah kerja pada karyawan. *Jurnal empati*, Vol.13 No.3, (2024), hlm.19-33

pemilik usaha dalam membangun budaya komunikasi yang sehat dan bermakna.

Dalam kajian teori komunikasi *interpersonal*, interaksi simbolik menempati posisi sentral dalam membentuk persepsi antar individu. Ketika karyawan merasa dipahami secara simbolik, mereka cenderung memiliki rasa memiliki (*sense of belonging*). Hal ini akan meningkatkan motivasi kerja dan semangat kolaboratif. Studi ini bertujuan membuktikan keterkaitan tersebut dalam konteks lokal yaitu Kedai Samadara.

Tantangan utama penelitian ini adalah mengungkap makna simbol yang bersifat subyektif. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat menggali pengalaman dan persepsi subyektif para informan melalui wawancara mendalam. Strategi ini juga membantu menghindari bias kuantitatif yang tidak dapat menangkap nuansa komunikasi sosial. Teknik ini akan memperkuat pemahaman kontekstual dalam dunia kerja informal.

Berdasarkan studi pustaka yang telah ditelaah, terdapat kesenjangan dalam kajian tentang simbol kerja yang digunakan secara informal di sektor jasa. Banyak penelitian yang terfokus pada aspek pemasaran atau hubungan pelanggan, bukan hubungan antarindividu di internal organisasi. Maka dari itu, penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan: bagaimana simbol diproduksi, ditafsirkan, dan dimaknai oleh karyawan dan pemilik secara timbal balik.

Penelitian ini juga penting secara praktis karena dapat digunakan sebagai acuan bagi pemilik usaha mikro dalam membangun komunikasi yang sehat dan

produktif. Di masa pasca-pandemi, keterikatan emosional di tempat kerja menjadi kunci dalam menjaga stabilitas dan loyalitas karyawan. Dengan memahami dinamika simbolik, pemilik dapat menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan minim konflik.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam bidang komunikasi organisasi, khususnya di sektor usaha kecil menengah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang komunikasi simbolik yang selama ini masih terbatas pada sektor formal atau pemasaran. Fokus pada hubungan pemilik dan karyawan memberikan sudut pandang baru yang lebih relevan dengan perkembangan industri *Coffee Shop* di Indonesia.

Berdasarkan dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul “Interaksi Simbolik antara karyawan dan pemilik *Coffee Shop* (Studi Pada Kedai Samadara)”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Interaksi Simbolik antara Karyawan dan Pemilik di Kedai Samadara Mempengaruhi Kualitas Komunikasi di antara mereka?
2. Simbol-simbol apa saja yang digunakan dalam Interaksi antara karyawan dan pemilik di Kedai Samadara, dan bagaimana simbol-simbol tersebut dimaknai oleh kedua belah pihak?

3. Bagaimana Interaksi Simbolik antara karyawan dan pemilik di Kedai Samadara berdampak pada kepuasan kerja karyawan dan kinerja kedai secara keseluruhan?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana Interaksi Simbolik berkontribusi pada efektivitas dan kualitas komunikasi antara karyawan dan pemilik.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi sehari-hari di Kedai Samadara, baik yang bersifat verbal maupun non-verbal.
3. Meneliti dampak Interaksi Simbolik dan komunikasi antara karyawan dan pemilik terhadap kepuasan kerja karyawan dan kinerja Kedai Samadara.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori interaksi simbolik dalam konteks komunikasi organisasi, khususnya dalam hubungan kerja antara karyawan dan pemilik usaha di industri *Coffee Shop*. Dengan menelaah bagaimana simbol-simbol komunikasi digunakan dalam membangun interaksi sosial, penelitian ini dapat memperkaya *literatur* mengenai dinamika komunikasi dalam dunia kerja, terutama dalam sektor jasa yang menuntut hubungan *interpersonal* yang baik. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam mengembangkan studi lebih lanjut mengenai komunikasi simbolik di lingkungan kerja yang lebih spesifik.

Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana makna dalam komunikasi terbentuk melalui interaksi sosial antara karyawan dan pemilik *Coffee Shop*. Dengan adanya kajian ini, diharapkan dapat ditemukan pola komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan kerja yang harmonis dan produktif. Hal ini dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi aspek komunikasi simbolik dalam berbagai jenis usaha kecil dan menengah lainnya.

2. Manfaat Praktisi

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pemilik dan karyawan *Coffee Shop* Samadara dalam memahami serta mengoptimalkan komunikasi mereka untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih efektif dan harmonis. Dengan mengetahui pola interaksi yang terjadi, baik dari segi verbal maupun nonverbal, mereka dapat meningkatkan kualitas komunikasi dan mengurangi potensi konflik yang dapat menghambat produktivitas kerja. Penelitian ini juga dapat membantu pemilik usaha dalam menerapkan strategi komunikasi yang lebih inklusif dan menghargai peran setiap individu dalam menjalankan operasional kedai.

Bagi pelaku usaha *Coffee Shop* lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan karyawan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja. Selain itu, pemahaman mengenai interaksi simbolik dalam komunikasi dapat

membantu *Coffee Shop* dalam membangun citra bisnis yang lebih kuat di masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi internal kedai, tetapi juga bagi industri *Coffee Shop* secara lebih luas dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih kondusif dan profesional.

E. Penegasan Istilah

Penelitian ini menggunakan sejumlah istilah yang memerlukan penegasan makna agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dalam konteks pembahasan. Penegasan istilah disusun berdasarkan ruang lingkup penelitian serta mengacu pada teori-teori yang relevan. Adapun penegasan istilah dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik dalam penelitian ini merujuk pada proses pertukaran makna antara karyawan dan pemilik (*owner*) *Coffee Shop* Samadara melalui simbol-simbol seperti bahasa, gestur, ekspresi wajah, serta tindakan-tindakan yang memiliki makna tertentu. Konsep ini didasarkan pada teori George Herbert Mead dan Herbert Blumer, yang menekankan bahwa manusia berinteraksi dengan menginterpretasikan simbol yang ada dalam komunikasi sosial.

2. Komunikasi

Komunikasi dalam konteks ini diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi antara karyawan dan *owner* yang berlangsung secara dua arah. Komunikasi tersebut bisa bersifat verbal maupun nonverbal dan menjadi alat utama dalam membangun relasi kerja, menciptakan

pemahaman, serta menyelesaikan permasalahan di lingkungan kerja *Coffee Shop Samadara*.

3. Karyawan

Karyawan dalam penelitian ini adalah individu yang bekerja secara tetap di *Coffee Shop Samadara* dengan tugas utama melayani pelanggan serta menjalankan operasional harian kedai sesuai dengan arahan *owner*. Peran karyawan sangat penting dalam menjalin komunikasi yang efektif untuk mendukung kelancaran aktivitas usaha.

4. Owner

Owner dalam penelitian ini adalah pemilik *Coffee Shop Samadara* yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola usaha, memberikan arahan kepada karyawan, serta membentuk pola komunikasi yang terjadi di dalam lingkungan kerja tersebut. *Owner* juga berperan sebagai pengambil keputusan dalam berbagai aspek operasional maupun manajerial.

5. *Coffee Shop Samadara*

Coffee Shop Samadara merupakan lokasi penelitian yang terletak di Kabupaten Tulungagung. Tempat ini dipilih karena memiliki dinamika interaksi yang menarik antara karyawan dan *owner*, serta representatif dalam menggambarkan pola komunikasi yang terjadi dalam usaha kecil menengah (UKM) di sektor kuliner.