

**KOMUNIKASI INTERAKSIONISME SIMBOLIK ANTARA BARISTA
DENGAN PELANGGAN UNTUK MENCIPTAKAN KEDEKATAN DI
ETHIKOPIA COFFEE BAY**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Zaskiyah Viona Sari

21.96.2697

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**KOMUNIKASI INTERAKSIONISME SIMBOLIK ANTARA BARISTA
DENGAN PELANGGAN UNTUK MENCIPTAKAN KEDEKATAN DI
ETHIKOPIA COFFEE BAY**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Zaskiyah Viona Sari
21.96.2697

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

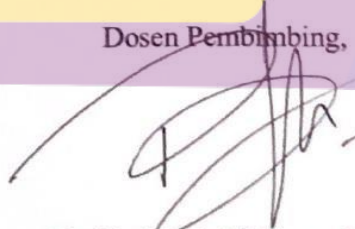
**Komunikasi Interaksionisme Simbolik Antara Barista dengan Pelanggan
untuk Menciptakan Kedekatan di Ethikopia Coffee Bay**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zaskiyah Viona Sari
21.96.2697

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 28 April 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302363

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Komunikasi Interaksionisme Simbolik Antara Barista dengan Pelanggan
untuk Menciptakan Kedekatan di Ethikopia Coffee Bay**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zaskiyah Viona Sari

21.96.2697

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal 22 Mei 2025

Nama Penguji

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302448

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302363

Tanda Tangan



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

(04 Juni 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 20 Januari 2025



Zaskiyah Viona Sari

21.96.2697

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Setiap lembar skripsi yang saya kerjakan, tidak bisa dipungkiri bahwa saya menerima bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak hingga pada akhirnya laporan ini mampu terselesaikan dengan baik dan benar. Melalui tulisan ini, saya menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya atas segala bentuk dukungan yang diberikan untuk saya. Dengan tulus hati dan kerendahan hati, saya menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Terima kasih saya sampaikan kepada Ibu Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A yang telah membimbing, memberikan arahan, serta meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak Keluarga besar Ethikopia Coffee Bay yang telah membantu dan mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Alm. Ali Sadikin selaku Ayah kandung dari peneliti, yang sudah meninggal sejak peneliti berusia lima tahun, terimakasih telah merawat dan menyayangi.
7. Sri Lestari, selaku Ibu peneliti, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, doa, arahan, serta membiayai pendidikan peneliti sampai saat ini.
8. Angga Kurniawan, selaku saudara kandung peneliti yang membuat peneliti semakin semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Ir. H. Winarno, M.P, selaku Ayah sambung peneliti yang sudah menggantikan peran Ayah kandung peneliti dengan memberikan kasih sayang kepada peneliti dari umur enam tahun sampai saat ini, peneliti sangat berterimakasih atas bantuan, membiayai dan dukungan Ayah sambung peneliti yang memberikan kasih sayang yang sebelumnya belum dapat peneliti dapatkan dari sosok Ayah.
10. Alfiani Gistyaning Putri, selaku saudara sepupu peneliti yang telah menemani peneliti dan membuat peneliti bersemangat mengerjakan skripsi ini.
11. Arifah Diah Herawati, selaku teman peneliti yang telah membantu serta memberikan semangat peneliti agar selalu mengerjakan karya skripsi ini.
12. Semua pihak-pihak lain yang telah bersedia memberikan kontribusinya dalam pelaksanaan penelitian ini.

Yogyakarta, [20 Januari 2025]

Zaskiyah Viona Sari

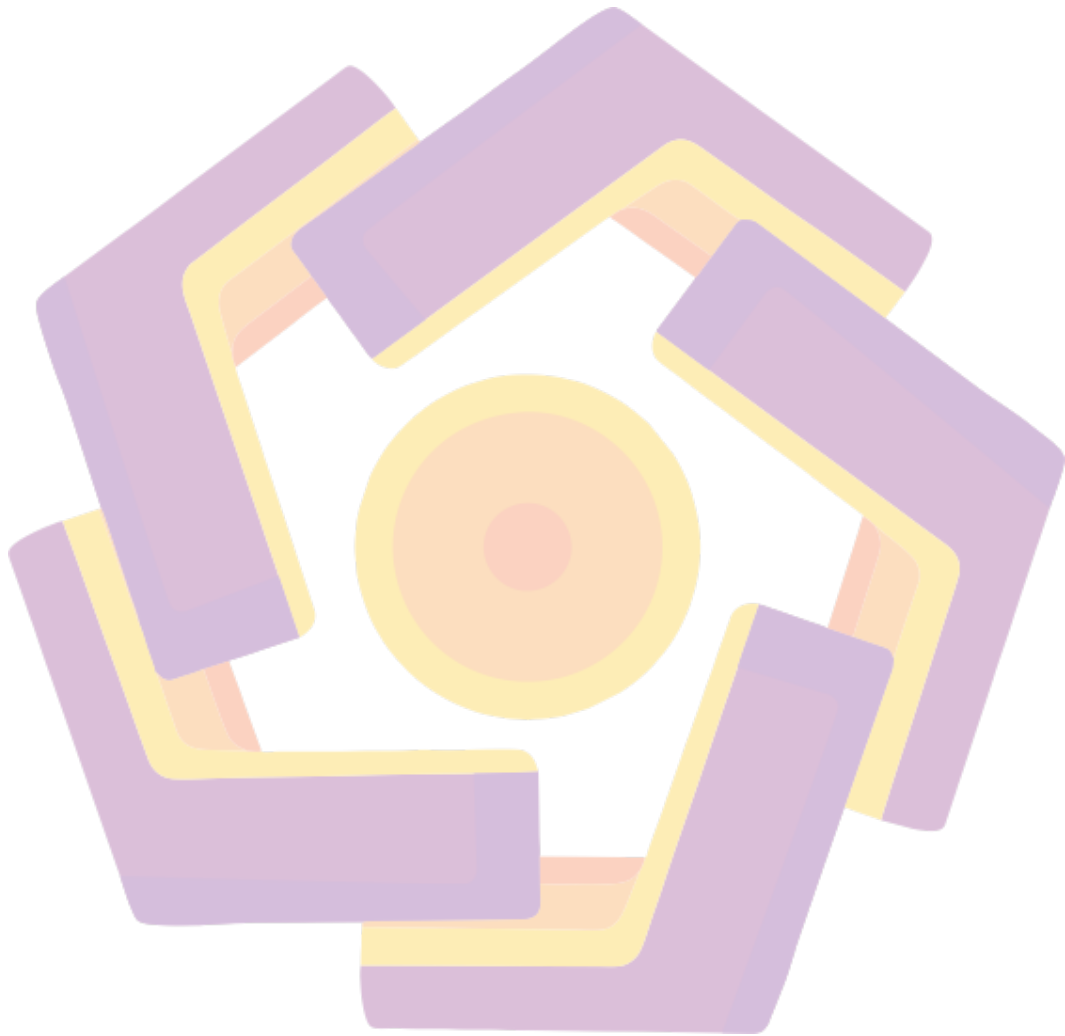
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika BAB	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori Interaksionisme Simbolik	12
2.3 Landasan Konseptual	19
2.3.1 Komunikasi Interpersonal	19
2.3.2 Kedekatan	20
2.3.3 Barista <i>Coffee Shop</i>	21
2.3.4 Pelanggan.....	23
2.3.5 <i>Coffee Shop</i>	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian	28
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.4.1 Subjek Penelitian	29
3.4.2 Obejek Penelitian	30
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	30
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	31

3.6.1 Lokasi Penelitian	31
3.6.2 Waktu Penelitian	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Profil Ethikopia <i>Coffee Bay</i>	34
4.2 Profil Informan.....	35
4.3 Hasil Penelitian	36
4.4 Pembahasan.....	49
4.4.1 Analisis <i>Mind</i> (Pikiran) : Barista menggunakan simbol interaksi yang berbeda untuk pelanggan dekat & pelanggan umum	49
4.4.2 Analisis <i>Self</i> (Diri) : Barista dapat menjadi diri sendiri, ketika berinteraksi dengan pelanggan dekat, sebaliknya barista akan menjadi (me) atau sesuai SOP dengan pelanggan umum	52
4.4.3 Analisis <i>Society</i> (Masyarakat) dalam Komunikasi dan Pelanggan	54
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	60
5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	60
5.2.2 Bagi Institusi Lembaga	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

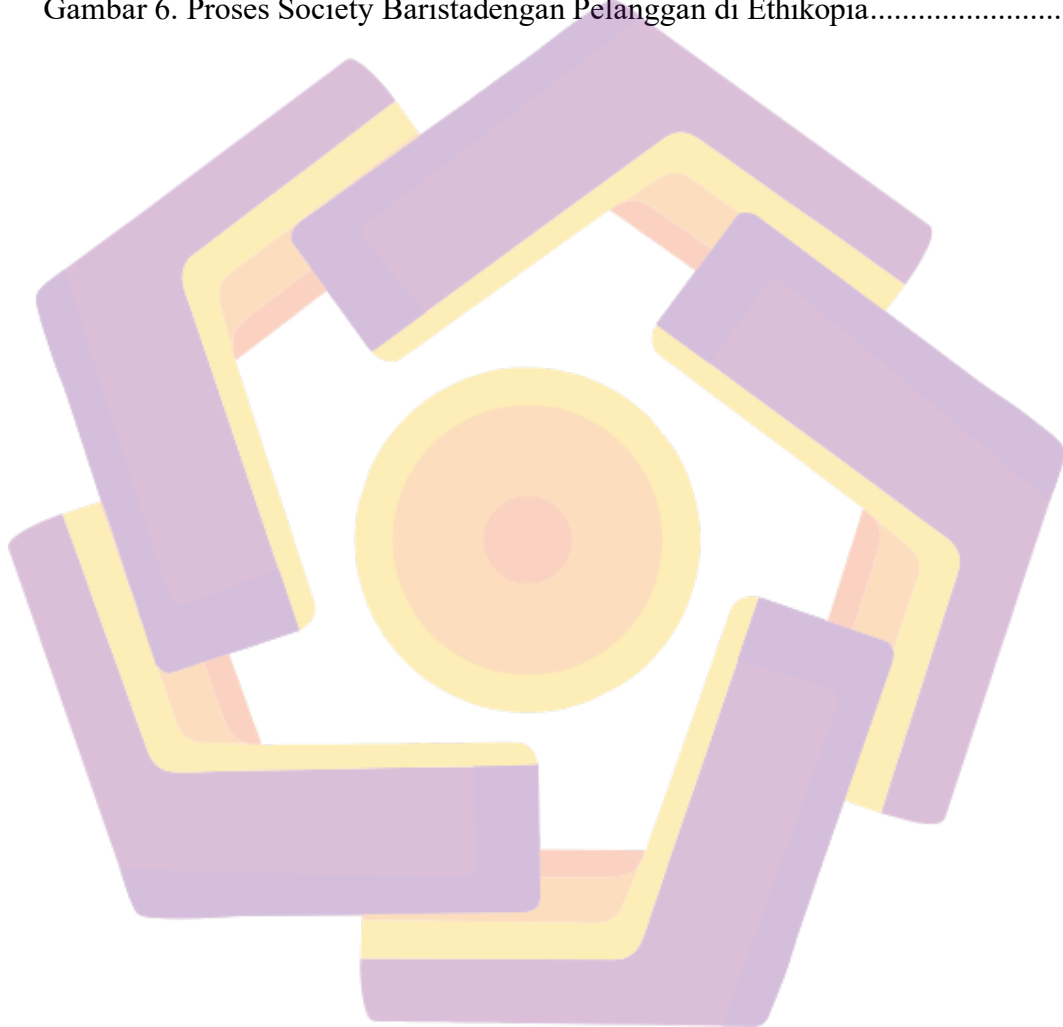
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2 Simbol-Simbol di Ethikopia.....	50



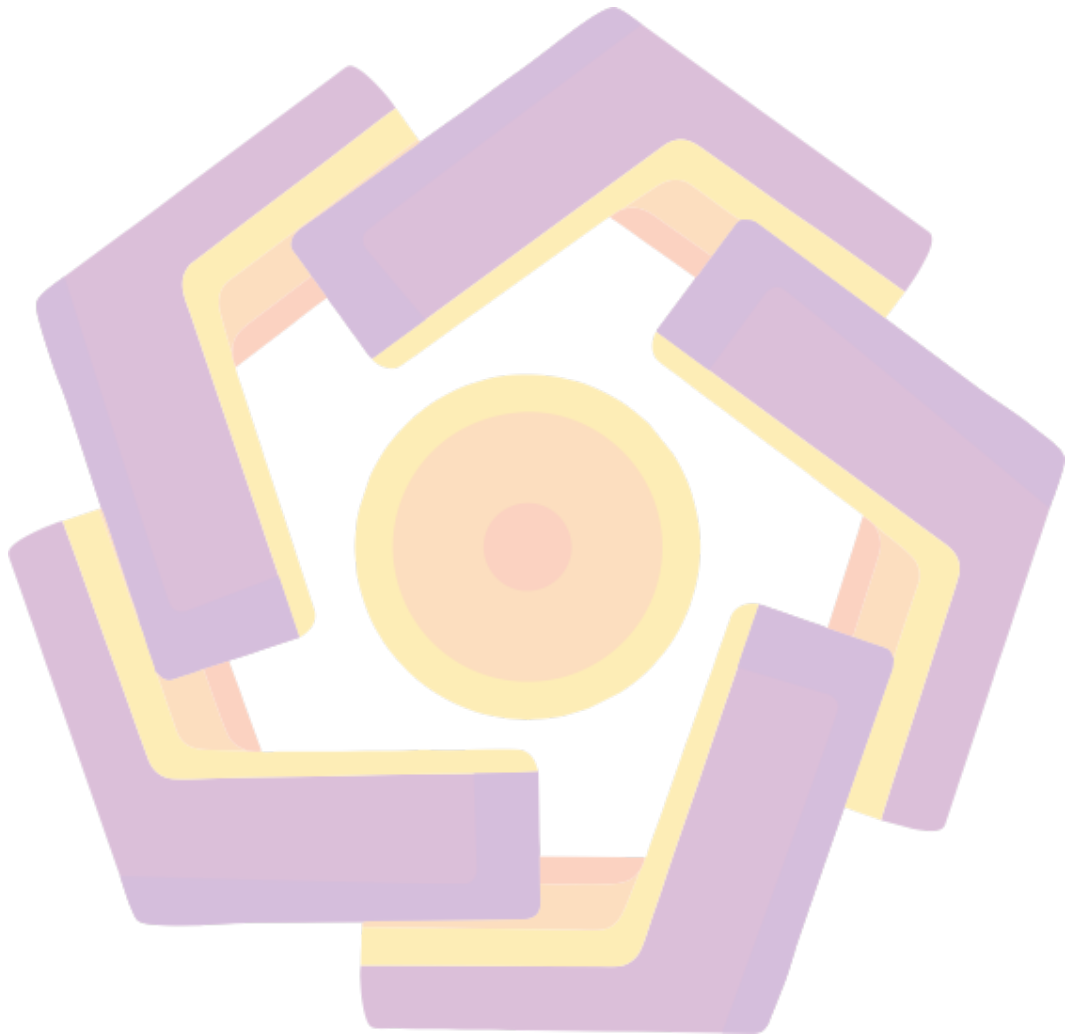
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Coffee Shop</i> Ethikopia Coffee Bay	1
Gambar 2. Proses Pertukaran Simbol dalam Interaksi	50
Gambar 3. Interaksi Barista dan Pelanggan	53
Gambar 4. Pembentukan Konsep Diri Barista dan Pelanggan	53
Gambar 5. Interaksi Barista dengan Dua Jenis Pelanggan Berbeda.....	55
Gambar 6. Proses Society Baristadengan Pelanggan di Ethikopia.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Tempat Penelitian.....	66
Lampiran 2 Foto Tempat Penelitian.....	67
Lampiran 3 Foto Wawancara dan Observasi.....	68
Lampiran 4 Pedoman Wawancara.....	69



ABSTRACT

The culture of hang out in coffee shop has created unique communication dynamics between barista and customer. The background of the problem in this study is how the symbolic meaning formed in the interaction between barista and customer at Ethikopia Coffee Bay. This research aims to find out the symbolic interactionism communication used by barista with customers in Ethikopia to create closeness to customer. In this study, using the theory of symbolic interactionism from George Herbert Mead, which emphasizes the importance of symbols in social interaction. The research method used is descriptive analysis with a qualitative approach, where data is collected through observation and interviews. The results show that communication between barista and customer is not just a buying and selling transaction, but also build personal relationship through the use of communication symbol such as special greeting, special designation, and body gesture. This symbolic interaction process is formed when the barista interacts with two different types of customers, namely close customer and general customer, this symbol is only used when in the Ethikopia environment. The conclusion of this study is that symbolic interaction between barista and customer has an important role in building closeness and a positive image of the coffee shop, through the creation of distinctive symbolic meaning.

Keyword: Barista, Customer, Coffee Shop, Symbolic Interactionism

ABSTRAK

Budaya nongkrong di *coffee shop* telah menciptakan dinamika komunikasi yang unik antara barista dan pelanggan. Latar belakang masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana makna simbolik yang terbentuk dalam interaksi antara barista dan pelanggan di Ethikopia Coffee Bay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interaksionisme simbolik yang digunakan barista dengan pelanggan di Ethikopia untuk menciptakan kedekatan terhadap pelanggan. Dalam penelitian ini, menggunakan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead, yang menekankan pentingnya simbol dalam interaksi sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, di mana data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antara barista dan pelanggan bukan hanya sekedar transaksi jual beli, melainkan juga membangun hubungan personal melalui penggunaan simbol komunikasi seperti sapaan khusus, sebutan khusus, dan gestur tubuh. Proses interaksi simbolik ini terbentuk pada saat barista berinteraksi dengan dua jenis pelanggan yang berbeda yaitu pelanggan dekat dan pelanggan umum, simbol ini hanya digunakan saat berada di lingkungan Ethikopia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa interaksi simbolik antara barista dan pelanggan memiliki peran penting dalam membangun kedekatan dan citra positif *coffee shop*, melalui penciptaan makna-makna simbolik yang khas.

Kata Kunci: Barista, Pelanggan, *Coffee Shop*, Interaksionisme simbolik