



Fahryan Juniarto¹
Silviana Purwanti²
Kezia Arum Sary³
Kadek Dristiana
Dwivayani⁴

MOTIF PENGUNJUNG DAN POLA PERILAKU KOMUNIKASI DI KAFE KOPIRIA JL. KARTINI SAMARINDA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dari alasan mengapa para pengunjung di Kafe Kopiria jalan Kartini, ingin mengunjungi kafe tersebut, dan bagaimanakah pola perilaku komunikasi yang terjadi pada pengunjung di kafe Kopiria jalan Kartini Samarinda, serta mencari tahu apakah terdapat maksud atau tujuan dari interaksi simbolik pengunjung kepada Kafe Kopiria jalan kaertini Samarinda. Keberadaan warung kopi yang terus berkembang dan diminati masyarakat Samarinda telah menjadi tempat bersosialisasi dalam melakukan rutinitas keseharian dengan latar belakang penggunaan yang beragam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif, dengan jenis studi lapangan. Menggunakan pendekatan fenomenologi dan pengamatan langsung, sebagai arah penunjang pada saat melakukan pengumpulan data. Teknik Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, yang dianalisis menjadi sebuah data agar dapat menentukan hasil dari penelitian skripsi ini. Hasil penelitian ini adalah bahwa interaksi yang terjadi di Kopiria Kartini terbentuk melalui proses interaksi antarindividu dan antarkelompok dengan menggunakan simbol-simbol yang dipahami maknanya melalui proses komunikasi. Hasil penelitian ini juga dapat ditemukan pola komunikasi yang terjalin, baik antar sesama pengunjung dan antara pengunjung dan karyawan atau barista Kopiria. Interaksi antar pengunjung dan karyawan di Kopiria ini adalah interaksi simbolic yang terdiri dari tiga konsep, antara lain ; mind konsep, self concep dan society concep. Semua konsep tersebut saling keterkaitan dan saling berkesinambungan.

Kata kunci : Motif Pengunjung, Perilaku Komunikasi, Interaksi Simbolik

Abstract

This research aims to understand the motives behind why visitors to Kopiria Cafe on Jalan Kartini choose to visit the cafe, the patterns of communication behavior among visitors at Kopiria Cafe on Jalan Kartini Samarinda, and to determine whether there are intentions or purposes behind the symbolic interactions of visitors with Kopiria Cafe on Jalan Kartini Samarinda. The continuously developing and popular coffee shops in Samarinda have become social places for daily routines with diverse usage backgrounds. The research method used is descriptive qualitative, which produces descriptive data, using a field study type. It employs a phenomenological approach and direct observation to support data collection. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation, which are analyzed into data to determine the results of this thesis research. The results of this research indicate that interactions at Kopiria Kartini are formed through interactions between individuals and groups using symbols whose meanings are understood through the communication process. This research also found communication patterns established between visitors and between visitors and Kopiria employees or baristas. The interactions between visitors and employees at Kopiria are symbolic interactions consisting of three concepts: mind concept, self-concept, and society concept. All these concepts are interrelated and interconnected.

Keywords: Visitor Motives, Communication Behavior, Symbolic Interaction

^{1,2,3,4)}Universitas Mulawarman
email: Iriankotakk@gmail.com

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasi, yang kini mengalami evolusi dari cara konvensional dan lisan menjadi berbasis media sosial. Namun, meski media sosial semakin mendominasi, banyak orang masih memilih komunikasi tatap muka, baik di perkotaan maupun pedesaan, termasuk di daerah terpencil. Kota Samarinda, yang memiliki fasilitas memadai di kawasan perkotaan, menyediakan berbagai tempat hiburan, pusat perbelanjaan, dan objek wisata yang ramai dikunjungi masyarakat sepanjang hari.

Dalam beberapa tahun terakhir, budaya minum kopi, yang dikenal dengan istilah "ngopi", telah mengakar kuat di Kota Samarinda, mirip dengan fenomena di Indonesia secara umum. Masyarakat Samarinda sering menghabiskan waktu di kafe untuk bersantai, berkomunikasi, dan membahas berbagai topik hangat. Kafe dan kedai kopi menjadi tempat favorit, terutama bagi kalangan muda, seiring dengan perkembangan pesat jumlah kedai kopi yang mampu bersaing di industri kuliner. Gaya hidup yang cenderung konsumtif membuat kedai kopi menjadi tempat yang digemari, di mana sulit membedakan pengunjung yang benar-benar menikmati kopi dengan mereka yang memiliki motivasi lain.

Fenomena unik terkait komunikasi juga terlihat dalam tren "ngopi" di kafe modern. Kafe menjadi tempat interaksi sosial di mana komunikasi verbal dan non-verbal berlangsung alami. Tidak hanya anak muda, orang dewasa di Samarinda juga sering mengunjungi kafe untuk berinteraksi sambil menikmati kopi. Hal ini menunjukkan bahwa budaya minum kopi berkembang di semua kalangan masyarakat Samarinda.

Untuk menarik pelanggan, pemilik kedai kopi harus menciptakan konsep yang menarik dan inovatif, yang sering disebut sebagai tempat "Instagramable" oleh anak muda, yaitu tempat yang bagus untuk difoto dan diunggah di Instagram. Kedai kopi, yang secara harfiah adalah restoran dengan konsep informal dan santai, lebih fokus pada penjualan minuman dan makanan ringan dibandingkan dengan makanan berat. Oleh karena itu, kedai kopi menjadi tempat favorit bagi berbagai kalangan.

Kedai kopi tersebar di seluruh Samarinda, dengan harga bervariasi dari yang terjangkau hingga mahal. Selain sebagai tempat menikmati kopi, kedai kopi juga berfungsi sebagai sarana interaksi sosial. Menurut Zukin, gaya hidup perkotaan melibatkan pencarian modal budaya yang mengembangkan konsumsi ruang-ruang trendi seperti restoran dan coffee bar (Sunajaya, 2017). Aktivitas nongkrong mencerminkan pola budaya yang sedang eksis, di mana orang tidak hanya membeli produk tetapi juga mengonsumsi ruang publik sesuai tujuan mereka (Fauzi et al., 2017). Baudrillard menyatakan bahwa masyarakat urban kini bergantung pada komoditas sebagai simbol dan tanda yang penggunaannya bersifat sewenang-wenang (Fauzi et al., 2017). Putranto menambahkan bahwa masyarakat urban yang konsumtif mudah mendapatkan kenikmatan melalui konsumsi sistem tanda yang dimiliki bersama (Fauzi et al., 2017).

Interaksi sosial mencakup hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan antar kelompok. Di kedai kopi, pengunjung melakukan komunikasi langsung, membahas topik umum hingga khusus yang bermanfaat, seperti menjalin komunikasi dengan teman lama atau berbagi pengalaman dan pengetahuan. Artikel ini bertujuan meneliti peran kopi sebagai sarana interaksi sosial anak muda di Samarinda serta manfaat dari interaksi tersebut di kedai kopi.

Kopi, yang dinikmati oleh berbagai usia, telah berkembang dengan banyak varian. Inovasi terus dilakukan agar kopi tetap relevan dengan zaman, mulai dari biji kopi hingga cara pengolahannya. Hubungan interpersonal yang terjadi di kedai kopi menunjukkan dinamika komunikasi interpersonal yang efektif, dengan sikap saling terbuka, simpatik, dan positif yang diharapkan dari pengunjung. Kedai kopi di Samarinda menjadi tempat bersosialisasi bagi berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, pebisnis, hingga masyarakat umum, yang memanfaatkannya untuk berbagai aktivitas.

Penelitian ini fokus pada identitas budaya pecinta kopi di kedai kopi di Samarinda, khususnya di Kopiria cabang Jl. Kartini. Penelitian akan mengkaji komponen seperti pelanggan, desain bar, slogan, dan bahasa di kedai kopi sebagai bentuk identitas budaya pecinta kopi, serta menganalisisnya sebagai bentuk komunikasi dan sistem makna dari tanda dan simbol yang melekat pada konsumen, desain, slogan, dan bahasa di dalam ruang kedai kopi sebagai representasi masyarakat kota.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami fenomena secara holistik, termasuk perilaku, sikap, persepsi, dan tindakan subjek. Penelitian dilakukan selama 4 bulan dari Januari hingga Mei 2024 di Kopiria, jalan Kartini, Samarinda. Teknik penentuan subjek menggunakan Accidental Sampling, dimana konsumen yang ditemui secara kebetulan dijadikan sampel jika dianggap relevan. Fokus penelitian adalah mengamati motif dan gaya komunikasi pengunjung Kopiria serta menganalisis apakah fenomena ngopi telah menjadi tren baru dan gaya hidup di kalangan milenial Samarinda.

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan berbagai kelompok masyarakat dan pengamatan langsung di Kopiria. Data primer diperoleh dari wawancara, sementara data sekunder dari dokumentasi foto, rekaman audio, buku, artikel, dan jurnal relevan. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami persepsi informan tentang pengalaman mereka. Analisis data meliputi seleksi, klasifikasi, dan interpretasi data menggunakan semiotika vernakular, yang kemudian disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah terkait makna identitas budaya pecinta kopi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan observasi di Kopiria Kartini dari bulan Januari-Mei 2024. Alasan penentuan lokasi penelitian di Kopiria Kartini adalah mengingat lokasinya yang sangat strategis. Kopiria Kartini berada dipusat Kota Samarinda. Pada daerah ini banyak sekali perkantoran baik negeri maupun swasta. Selain itu, terdapat beberapa sekolah, sarana olahraga dan fasilitas umum lainnya. Oleh karena itu, hal tersebut dianggap menarik bagi peneliti untuk meneliti dan mengkaji hal-hal terkait materi bahasan peneliti.

Observasi ini dilakukan pada jam dan hari yang berbeda-beda secara random. Hal yang pertama kali peneliti lakukan adalah melakukan pengamatan selama beberapa hari. Observasi ini dilakukan dengan seksama mengenai aktivitas yang terjadi di Kopiria tersebut. Selama masa observasi, peneliti tidak hanya mengamati, namun juga berinteraksi dengan beberapa orang, antara lain dengan kepala/manager cabang Kopiria, karyawan, dan pengunjung kafe tersebut. Tujuan dari observasi tersebut adalah peneliti dapat mengidentifikasi awal gaya komunikasi pengunjung berdasarkan latar belakang dan usianya.

Observasi dilaksanakan secara acak baik siang dan malam hari. Alasannya adalah peneliti ingin mengamati perbandingan jumlah pengunjung dan latar belakang profesi pengunjung. Hasil observasi awal pengamatan pada siang hari pengunjung kafe didominasi oleh para pelajar SMA-SMK dan juga para ibu rumah tangga. Jumlah pengunjung pelajar meningkat pada sore hari setelah jam kegiatan belajar di sekolah mereka selesai. Mereka biasanya berkelompok dengan latar belakang alasan yang beragam. Jika dilihat dari lokasi Kopiria Kartini yang sangat strategis ini, cocok sekali jika pengunjungnya banyak para pelajar, karena lokasinya yang dekat dengan sekolah-sekolah. Selain itu juga terlihat beberapa ibu-ibu yang pada saat observasi peneliti mencoba berinteraksi. Ibu-ibu tersebut mengunjungi Kopiria untuk membeli minum sambil menunggu jadwal pulang sekolah putra/putrinya.

Observasi juga dilakukan pada malam hari pada waktu atau jam yang beragam. Jika pada malam hari, pengunjung Kopiria banyak yang berprofesi sebagai mahasiswa dan karyawan kantor atau pegawai pemerintahan. Dalam proses observasi beberapa dari mereka membawa laptop dan peralatan komunikasi lainnya. Selama berinteraksi dengan pengunjung, sebagian besar dari mereka adalah pelanggan setia Kopiria Kartini tersebut. Pelanggan Kopiria menuturkan bahwa mereka sering berkunjung ke Kopiria dengan interval rata-rata 3-4 kali dalam seminggu.

Peneliti telah melakukan observasi dan dapat mengamati aktivitas yang dilakukan pengunjung Kopiria Kartini tersebut. Setelah melakukan observasi maka peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui motif pengunjung dan perilaku komunikasi pengunjung Kopiria Kartini. Pemilihan responden dalam penelitian ini secara accidental sampling yaitu siapapun yang ditemui baik secara kebetulan bertemu maupun tidak kebetulan bertemu dengan peneliti.

Aktivitas Pengunjung Kopiria di Siang Hari

Dalam masa observasi yang dilakukan peneliti di Kopiria Kartini baik yang dilakukan pada siang maupun malam hari, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengunjung Kopiria dapat dibedakan menjadi 2 berdasarkan perbedaan latar belakang profesi dan jam

kunjung. Pada siang hingga sore hari, dalam rentang waktu observasi peneliti melihat bahwa pengunjung di siang hingga sore hari sebagian besar adalah pelajar, mahasiswa, dan beberapa pegawai kantor. Pelajar paling banyak mengunjungi Kopiria pada saat pulang sekolah. Terlihat dari beberapa kelompok pelajar yang memenuhi spot-spot meja pengunjung. Motif mereka ke Kopiria pun beragam. Entah karena diskusi tugas, perayaan hari lahir atau minum kopi sambil menunggu teman lain. Sebagian besar dari mereka sering mengunjungi Kopiria Kartini. Durasi mereka sampai beberapa kali dalam seminggu. Berikut hasil wawancara beberapa dari mereka :

Muhammad Attila Hafidz (responden pertama) adalah pelajar SMK Medica Samarinda, mengungkapkan bahwa dia dalam seminggu berkunjung ke Kopiria 2-3 kali. Alasannya memilih Kopiria untuk dikunjungi daripada kafe atau kedai kopi lain adalah fasilitasnya lengkap, kecepatan wifi kencang, wc bersih, lokasi dekat rumah dan harga minuman-minumannya terjangkau untuk pelajar. Attila menambahkan bahwa ia ke Kopiria untuk nongkrong, mengobrol dengan teman sambil main game online.

Menurut responden pertama ini karyawan (barista) di Kopiria ini sangat interaktif, ramah, dan santun kepada pengunjung. Bentuk interaksi barista atau karyawan kafe dengan pengunjung seputar menanyakan pesanan dan hal yang dapat dibantu disiapkan. Selain dengan karyawan, responden pun juga terkadang komunikasi dengan pelanggan lain, misalnya responden meminjam sesuatu seperti korek api untuk merokok.

Responden kedua bernama Kevin Aminudin Saputra seorang mahasiswa jurusan Managemen UNMUL. Ia berpendapat bahwa alasannya memilih minum kopi di Kopiria adalah rasa kopi yang disajikan dalam daftar menu Kopiria lain daripada kopi di kafe atau kedai kopi lain. Selain itu, Harganya yang terjangkau dan tempatnya yang cozy untuk nongkrong. Biasanya dia dan teman-temannya memilih duduk di outdoor (smoking area). Baginya, komunikasi terbaiknya adalah jika nongkrong sambil mengobrol dan ditemani minum kopi di Kopiria. Kevin cukup sering mengunjungi Kopiria 3-4 kali dalam seminggu. Biasa yang dia lakukan adalah ngopi sambil mengerjakan tugas kuliahnya, alasannya adalah karena kecepatan wifinya tinggi.

Eny Setyawati dan Dian Herawati adalah responden ketiga dimana mereka adalah seorang ibu rumah tangga. Mereka berdua memiliki motif yang sama yaitu sama-sama mengunjungi Kopiria untuk minum kopi tentunya dan menunggu waktu pulang sekolah anak-anaknya. Seperti ibu-ibu milenial lainnya, mereka memilih kafe Kopiria untuk menghabiskan waktunya karena lokasi yang dekat dengan sekolah anak-anak mereka. Kopi yang disajikan barista Kopiria enak dan juga tempatnya yang memiliki fasilitas komplit dan nyaman untuk spot foto-foto. Dengan latar belakang alasan menunggu anak-anak mereka pulang sekolah, maka mereka mengunjungi Kopiria hanya pada siang hari.

Responden keempat bernama Aulia Septiana Putri adalah seorang pegawai di lingkungan pemerintahan kota samarinda. Pada saat wawancara, jam menunjukkan pukul 12.25 Wita. Dia mengaku bahwa dia tidak sering atau hanya sesekali saja ke Kopiria. Kebetulan pada saat wawancara dia menghabiskan waktu istirahat bersama temannya sambil merayakan ulang tahun temannya.

Alasannya memilih melaksanakan acara tersebut di Kopiria adalah lokasinya yang dekat dengan kantor ia bekerja dan menu yang disajikan cukup beragam dan rasanya yang enak. Selain itu harga menu-menu yang disajikan juga terjangkau.

Responden kelima bernama Erina Nava Nur Rizky yang saat ini menjadi pelajar di SMA N 2 Samarinda. Erina sering mengunjungi Kopiria karena jarak rumah dan sekolahnya dekat, selain itu fasilitas yang diberikan juga komplit dan kopi yang disajikan sangat enak. Erina sering datang bersama teman-temannya untuk ngobrol dan menyelesaikan tugas sekolah mereka. Mereka intens mengunjungi Kopiria sehingga beberapa karyawan Kopiria mengenal baik mereka. Erina lebih menyukai berkunjung ke Kopiria pada sore hari, karena dia akan membuat janji dengan teman-temannya sepuлang sekolah.

Dari kelima responden terpilih tersebut dapat disimpulkan motif mereka mengunjungi Kopiria Kartini adalah lokasi yang strategis, tempatnya yang nyaman dan fasilitas lengkap, harga menu yang disajikan terjangkau dan sangat enak. Kopi hasil racikan baristanya menjadi ciri khas tersendiri dan melekat di hati para pengunjungnya. Pengunjung yang datang pada siang hingga sore biasanya kalangan pelajar, pegawai kantor dan mahasiswa. Daya saing Kopiria

terletak pada fasilitas yang lengkap, wifi kencang, WC bersih, interior desainnya juga instagramable.



Foto pengunjung Kopiria pada siang hari, nampak beberapa siswa menghabiskan waktu setelah pulang sekolah

Kopiria berhasil mencuri hati para pelanggan setianya terlihat dari sebagian besar responden tidak hanya datang sekali atau pertama kali, namun mereka intens mengunjungi Kopiria. Salah satu branding Kopiria adalah dengan pelayanan yang ramah dan melokal. Terbukti pola interaksi yang terjadi adalah pola interaksi interpersonal antara pengunjung dan karyawan dan antar sesama pengunjung baik. Komunikasi mereka tergantung dari motif mereka dan acara apa yg sedang mereka lakukan di Kopiria tersebut. Jika pelajar dan mahasiswa datang ke Kopiria untuk mengerjakan tugas, maka bahasan mereka seputar tugas. Jika mereka hanya sekedar kumpul untuk mengobrol, maka komunikasi dan interaksi mereka seputar bahasan yang ringan. Tempat dan suasana kafe bisa menumbuhkan rasa kenyamanan dan data imajinatif pengunjung, sehingga inspirasi mereka keluar dengan sendirinya.

Aktivitas Pengunjung Kopiria di Malam Hari

Selama masa observasi, peneliti melihat perbedaan yang signifikan pengunjung. Latar belakang profesi mereka berbeda dengan pengunjung Kopiria pada siang dan sore hari. Pada malam hari pengunjung semakin meningkat dengan latar belakang profesi sebagai mahasiswa, karyawan swasta, pegawai pemerintahan, dan lainnya. Peneliti melakukan wawancara dengan teknik yang sama seperti wawancara sumber di siang dan sore hari



Foto pengunjung Kopiria pada malam hari yang didominasi oleh para mahasiswa dan karyawan kantor

Bryant Jonathan adalah responden pertama sesi wawancara di malam hari. Bryant adalah seorang mahasiswa UNMUL. Dia berkunjung ke Kopiria cukup sering mengingat rumahnya dekat dengan kafe tersebut. Motif Bryant ke Kopiria adalah untuk mengerjakan tugas kuliah, karena suasana kafe yang nyaman dan fasilitas yang lengkap. Menurutnya, karyawan dan barista di Kopiria ramah dan interaktif.

Responden kedua bernama Doni Setiawan dan Faisal. Mereka adalah karyawan swasta. Motif mereka mengunjungi Kopiria adalah untuk menyelesaikan tugas kantor mereka dan mereka melaksanakan zoom meeting. Kecepatan wifi yang tinggi, fasilitas colokan listrik, tempat yang nyaman, harga menu yang terjangkau dan pelayanan yang baik adalah alasan yang membuat doni memilih untuk berkunjung ke Kopiria Kartini. Selain bersama teman, Doni juga sering mengajak istrinya untuk sekedar berbincang dengan suasana baru. Mereka cukup antusias karena dapat merkomunikasi dengan suasana baru selain di rumah (refreshing tipis-tipis bahasa mereka). Menurut doni karyawan dan barista di Kopiria sangat interaktif dan komunikatif dengan pelanggan sehingga menambah nilai positif kafe tersebut.

Responden ketiga Fajar Siddik yang berprofesi sebagai driver ojek online. Fajar saat wawancara sedang off dari profesinya. Fajar cukup sering datang dan menjadi pelanggan Kopiria. Alasannya adalah lokasi yang sangat dekat dengan rumahnya. Fajar sedang menunggu temannya untuk membahas suatu pekerjaan dengan temannya. Biasa dia berkunjung kesana juga menghabiskan waktu sembari menunggu orderan pelanggannya. Menurut Fajar Kopiria berbeda dengan kafe dan kedai kopi lain karena rasa kopi yang disajikan benar-benar otentik sebagai ciri khas kopi di Kopiria dan harganya yang terjangkau.

Responden keempat adalah Nathan, Dio, Syauqi. Mereka adalah mahasiswa UNMUL. Mereka sering datang ke Kopiria Kartini 4-5 kali dalam seminggu. Biasanya mereka datang untuk ngobrol, nobar, mengerjakan tugas kampus atau mabar (main bareng aplikasi game online). Mereka memiliki spot duduk favorit di kafe ini. Jika indoor mereka suka duduk di sudut kafe, namun mereka lebih sering duduk di area outdoor karena bisa untuk merokok. Mereka memilih Kopiria sebagai tempat mereka berkumpul, berbincang dan menyantap menu yang disajikan karena tempatnya yang representatif, harga terjangkau dan fasilitas yang lengkap. Terkadang mereka juga berkomunikasi dengan pengunjung lain untuk saling sapa dan berkenalan.

Tabel 4.1 Resume Wawancara

Responden	Motivasi, Interaksi dan Komunikasi
Responden 1 (Pelajar SMK)	Karena fasilitas lengkap, wifi kencang, harga menu yang ditawarkan terjangkau untuk kalangan pelajar, senang ke Kopiria karena sudah hobi dan menjadi kebiasaan. Para karyawan sangat komunikatif dan ramah
Responden 2 (Mahasiswa UNMUL)	Bertemu teman-teman untuk mengerjakan tugas kuliah, fasilitas lengkap, dan karyawannya ramah
Responden 3 (Ibu rumah tangga)	Lokasi strategis karena dekat dengan sekolah anak, menu beragam dan terjangkau. Tempatnya nyaman dan bersih untuk mengobrol dengan ibu-ibu lain. Menunya beragam dan enak.
Responden 4 (Pegawai Pemerintah)	Lokasi dekat dengan kantor, ada acara dengan teman sekaligus jam isoma, fasilitas lengkap dan menu yang ditawarkan lengkap
Responden 5 (Pelajar SMA)	Berkumpul dengan tim (teman) untuk berdiskusi tugas, refreshing karena banyak tugas sekolah, harga menunya terjangkau, rasa minuman yang ditawarkan autentic (khas Kopiria) daripada kafe lainnya, lokasi dekat dengan sekolah
Responden 6 (Mahasiswa UNMUL)	Fasilitas lengkap, wifi kencang, tempatnya nyaman, kopinya enak dan khas, hargannya terjangkau untuk mahasiswa, mengobrol dengan teman-teman

Responden 7 (Karyawan-karyawan Swasta)	Fasilitas lengkap seperti wifi yang kencang dan colokan listriknya banyak. Sering berkunjung ke Kopiria untuk zoom meeting pekerjaan atau nongkrong dengan teman-teman, kadang membawa keluarga untuk sekedar refreshing dan bisa quality time dengan keluarga
Responden 8 (Driver Ojek Online)	Lokasi dekat dengan rumah, tempatnya nyaman, karyawan sangat interaktif dan komunikatif sehingga malah menjadi teman baru, harga menu-menu yang ditawarkan juga terjangkau. Kopi yang disajikan juga khas enak dan bisa bersaing dengan coffee shop ternama lainnya.
Responden 9 (Mahasiswa-Mahasiswa UNMUL)	Mencari tempat yang representatif untuk diskusi proyek dan tugas kampus. Terkadang untuk Nongkrong dan bersantai dengan teman-teman. Fasilitas yang disediakan lengkap colokan listrik banyak dan wifi kencang. Selain itu, karyawan sangat komunikatif dan ramah. Harga menu yang ditawarkan sangat terjangkau dan menu makanan dan snacknya enak.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara beberapa responden tersebut, maka dapat diketahui motif pengunjung dan pola interaksi pengunjung di Kopiria Kartini. Secara umum, berikut adalah motif pengunjung Kopiria Kartini :

Lokasi, letak Kopiria yang strategis dan representatif merupakan keunggulan untuk menarik pengunjung untuk datang. Terlebih berada di pusat kota Samarinda.

Harga menu yang disajikan terjangkau disemua kalangan dan rasa kopi yang autentik, mulai dari pelajar hingga karyawan atau pegawai pemerintahan sangat menyukai kafe ini.

Fasilitas lengkap dan kebersihan yang selalu diperhatikan manajemen merupakan alasan terbanyak mengapa pelanggan Kopiria memilih kafe tersebut untuk tempat tujuan. Pelayanan dan interaksi karyawan dan pelanggan sangat baik dan ramah.

Hobi dan gaya hidup merupakan motif yang terkait dan tidak dapat dipisahkan dalam kaitan dengan aktivitas minum kopi. Jika sudah menjadi hobi dan gaya hidup maka kita akan dengan sukarela melakukan. Sebagian besar responden adalah pelanggan setia yang mana mereka juga memiliki gaya hidup berkomunikasi dengan rekan-rekannya di kafe.

Refreshing adalah salah satu alasan yang diutarakan oleh beberapa responden yang memiliki latar belakang profesi sebagai karyawan atau pegawai. Setelah sibuk seharian di kantor, maka melepas penat dengan refreshing adalah cara terbaik yang mereka lakukan. Mengunjungi Kopiria untuk melepaskan penat dengan menikmati kopi dan menu lain yang disajikan ditemani dengan teman dan membicarakan hal-hal ringan adalah hal yang sangat tepat dilakukan untuk refreshing.

Budaya dan gaya hidup merupakan aspek yang tak terpisahkan dari aktivitas minum kopi. Fenomena nongkrong di kafe telah menciptakan gaya hidup baru di era modern ini. Kopiria, sebuah coffee shop atau kafe, tidak hanya menjual minuman dan makanan, tetapi juga menawarkan kenyamanan tempat dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini

menjelaskan mengapa banyak orang senang menghabiskan waktu berlama-lama di Kopiria Kartini.

Selain motif kunjungan, penelitian ini bertujuan untuk memahami pola interaksi dan komunikasi yang terjadi di Kopiria Kartini. Pola interaksi ini akan diidentifikasi melalui observasi yang dilakukan selama beberapa minggu dan wawancara dengan para responden. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pola interaksi yang terjadi adalah interaksi simbolik, di mana para pengunjung cenderung menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan makna dari pesan yang dikomunikasikan.

Teori interaksi simbolik, yang menjadi landasan penelitian ini, memiliki tiga premis utama. Pertama, individu merespons situasi simbolik, termasuk objek fisik dan sosial, berdasarkan media yang ada di lingkungan tempat simbol tersebut disampaikan. Kedua, makna adalah hasil dari interaksi sosial, karena makna adalah sesuatu yang disepakati bersama. Dalam menyepakati makna, bahasa menjadi media utama. Kesepakatan ini memungkinkan manusia memberikan makna tidak hanya pada objek fisik tetapi juga pada gagasan abstrak. Ketiga, makna yang telah diinterpretasikan sebelumnya dapat berubah seiring dengan perubahan situasi dan kondisi interaksi sosial yang terjadi di Kopiria.

Melalui observasi dan wawancara, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang dinamika interaksi dan komunikasi di Kopiria Kartini, serta bagaimana interaksi simbolik membentuk pengalaman dan persepsi pengunjung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang peran kafe sebagai ruang sosial yang tidak hanya menyediakan produk kopi, tetapi juga menjadi tempat penting dalam membentuk budaya dan gaya hidup masyarakat modern.

Ada susunan-susunan konsep atau aspek-aspek yang terbagi menjadi tiga di dalam makna interaksi simbolik, dan ketiga konsep atau aspek-aspek tersebut saling terkait satu sama lain. Ketiga konsep tersebut adalah :

Mind Consep

Seorang individu harus mampu melakukan interaksi sosial. Dalam konteks interaksi, bahasa memiliki peran penting karena menjadi medium utama yang digunakan antara individu satu dengan yang lain. Pikiran didefinisikan sebagai semua tindakan simbolis individu terhadap dirinya sendiri. Tindakan terhadap diri sendiri ini berarti bahwa individu menghasilkan pikiran atau tindakan untuk dirinya sendiri. Namun, karena pikiran individu dipengaruhi oleh masyarakat, individu tersebut dapat berbagi pikiran atau perilaku yang dimilikinya dengan orang lain.

Hal ini dapat dilihat dari cara komunikasi responden satu dengan lainnya. Mereka mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan pengunjung lain. Interaksi atau bahasa komunikasi yang mereka gunakan, yang selaras dengan topik bahasan, menjadi penanda bahwa konsep pikiran dalam aspek interaksi simbolis terjadi. Dalam interaksi simbolis, pikiran dan tindakan yang dipertukarkan antara individu menciptakan makna bersama yang terus berkembang seiring dengan perubahan situasi dan konteks sosial.

Dengan demikian, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme untuk berbagi dan membentuk pikiran kolektif. Melalui interaksi di Kopiria Kartini, misalnya, pengunjung tidak hanya bertukar informasi tetapi juga membangun dan memperkuat makna sosial yang mereka bagikan. Hal ini menunjukkan pentingnya bahasa dan pikiran dalam membentuk interaksi simbolis yang terjadi di dalam lingkungan sosial.

Self Consep

Konsep ini menggambarkan kemampuan seseorang untuk merefleksikan dirinya dari perspektif orang lain. Secara sederhana, definisi diri adalah ketika seorang individu membayangkan bagaimana dirinya dilihat oleh orang lain. Konsep diri menjelaskan bahwa label yang diberikan oleh orang lain dapat memengaruhi perilaku seorang individu.

Selama penelitian, peneliti mengamati bahwa responden dan pengunjung lain memiliki konsep diri yang terbukti dalam wawancara, di mana responden menempatkan diri dari sudut pandang penilaian pengunjung lain. Interaksi simbolik ini bertujuan untuk memperkenalkan diri kepada dunia luar, seperti menyebutkan nama, jenis kelamin, agama, profesi, dan aspek lainnya.

Proses ini adalah hasil dari interaksi sosial yang terus-menerus memengaruhi pikiran dan persepsi semua pengunjung. Konsep diri dan lingkungan sosial saling terkait, mempengaruhi satu sama lain, dan keduanya dapat berubah seiring berjalannya waktu. Ini menunjukkan bahwa

interaksi simbolik bukan hanya tentang pertukaran informasi, tetapi juga tentang pembentukan dan penegasan identitas individu dalam konteks sosial.

Society Consep

Para responden memahami bahwa mereka adalah individu sekaligus anggota masyarakat. Setiap individu terlibat dalam perilaku yang dipilih secara aktif dan sukarela oleh mereka sendiri, yang kemudian mengarahkan mereka dalam proses pengambilan peran di masyarakat. Orang lain secara umum membantu dengan memberikan informasi tentang peran, aturan, dan sikap yang disepakati oleh masyarakat.

Pengamatan menunjukkan bahwa konsep masyarakat dalam interaksi simbolik ditandai dengan adanya interaksi antar pengunjung di Kopiria. Sebagai contoh, terlihat pengunjung wanita meminta bantuan kepada beberapa pengunjung pria di dekatnya untuk memindahkan bangku dan meja yang menghalanginya. Para pria tersebut merespons dengan baik dan dengan sukarela membantu pengunjung wanita tersebut.

Bentuk komunikasi interaksi simbolik yang paling sederhana dan fundamental adalah penggunaan isyarat. Pengunjung Kopiria mampu menjadi objek bagi diri mereka sendiri dan mengamati tindakan mereka. Dalam komunikasi, responden atau pengunjung menggunakan kata-kata atau suara yang memiliki arti dan dipahami bersama oleh pengunjung lainnya di Kopiria.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tentunya peneliti menghadapi berbagai macam kendala dan keterbatasan. Adapun kendala yang dihadapi berupa hampir semua responden yang menjadi sumber informasi memberi batasan waktu wawancara karena kebanyakan dari mereka ingin melanjutkan aktivitas mereka dengan rekan atau pasangan mereka di Kopiria tersebut, sehingga informasi-informasi yang berkaitan dengan penelitian kurang maksimal, namun secara garis besar telah didapatkan oleh peneliti. Penelitian juga terjeda bulan suci ramadhan, sehingga observasi dan wawancara dilakukan hanya malam hari. Karena pada siang hari terbatas hanya umat non muslim saja yang mengunjungi Kopiria.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa interaksi yang terjadi di Kopiria Kartini terbentuk melalui proses interaksi antarindividu dan antarkelompok dengan menggunakan simbol-simbol yang dipahami maknanya melalui proses komunikasi. Hasil penelitian ini juga dapat ditemukan pola komunikasi yang terjalin, baik antar sesama pengunjung dan antara pengunjung dan karyawan atau barista Kopiria. Interaksi antar pengunjung dan karyawan di Kopiria ini adalah interaksi simbolic yang terdiri dari tiga konsep, antara lain ; mind konsep, self concep dan society concep. Semua konsep tersebut saling keterkaitan dan saling berkesinambungan. setelah seharian sibuk dengan pekerjaan di kantor atau di kampus atau di sekolah.

Pandangan orang terhadap budaya nongkrong tentu saja berbeda-beda, ada yang menganggap itu hal yang wajar tetapi ada pula yang berpendapat bahwa nongkrong hanya untuk membuang waktu saja. Maka peneliti telah melakukan wawancara yang berkaitan dengan budaya berkunjung ke Kopiria atau kafe. Hasil wawancara terlihat bahwa kesenangan serta aktivitas para responden di Kopirian Kartini, dan hasil wawancara menunjukkan bahwa kaum muda senang nongkrong di Kopiria Kartini. Selain itu, peneliti menemukan hasil mengenai motif atau alasan yang melatar belakangi pengunjung yang juga sebagai responden untuk datang ke Kopiria. Motif atau alasan mereka sangat beragam, mulai dari menyalurkan hobi nongkrong, mengobrol, berdiskusi mengenai pekerjaan, mengerjakan tugas kuliah atau tugas sekolah atau hanya menunggu waktu untuk menjemput anak-anak sekolah. Selain itu, alasan mereka pergi ke Kopiria refreshing atau hiburan.

Melihat dari semua motivasi para pengunjung Kopiria Kartini yang telah diamati, maka dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang menjadi latar belakang para pengunjung Kopiria antara lain; Hobi atau kesenangan, gaya hidup/lifestyle, refreshing, lokasi yang strategis, interior dan kenyamanan fasilitas yang disediakan Kopiria Kartini, menu dilihat dari keaslian rasa dan segi harga yang terjangkau daripada kompetitor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak Ayos, P. (2014). Menyelami Budaya Ngopi Gresikan. Intisari.Grid.I <https://intisari.grid.id/read/0332687/menyelami-budaya-ngopi-gresikan?page=all>
- Book Review Muhamad Adji (2011) : Memahami Budaya Populer. Firsyawardhana, Muhamad Reznu. MOTIF PENGUNJUNG DAN PERILAKU
- KOMUNIKASI DI KEDAI KOPI (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pengunjung Kedai Kopi Bertopi Solo). Solo : Universitas Sebelas Maret. (2019).
- Hafied Cangara 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Jurnal Analisa Sosiologi, Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat di Kedai Kopi Starbuck Mall Artha Gading. Vol. 2, No. 2, November 2022, Hal : 1-10.
- Jurnal, Erwiza Erman (2014) : Dinamika Komunitas Warung Kopi dan Politik Resistensi di Pulau Belitung.
- Journal of Integrative International Relations, Hamzah Fansuri 3:2 (2017) 33-51 :Konsumerisme dan Hegemoni Barat terhadap Masyarakat Negara Berkembang: Perspektif Antonio Gramsci. Jurnal Sosiologi USK KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD Indra Setia Bakti, Nirzalin, Alwi. (2019)
- Jurnal Teologi Biblika dan Praktika. NGOPI: MEMAKNAI AKTIVITAS MINUM KOPI DALAM KONTEKS BUDAYA POPULER. Michael Bernhard Djami, (2020).
- Morissan. 2015. Teori Komunikasi Individu hingga Massa. Jakarta : Prenada Media.
- Oktaviani, Keke. 2018. NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP ANAK MUDA Studi :Pada Pelanggan Coffeeshop “Ruang Kopi” Di Kota Bogor. Jakarta : Skripsi FISIP UNJ Sosiologi.
- Notoatmojo, Soekidjo. Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: PT. Rineka Cipt, 2003.
- Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang Solikatun, Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto. 2015, 4 (1) : 60 –74.
- Sugiyono 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA, cv.Pawito. 2018. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LkiS.
- Sosrowidjojo, Melati. 2010. Sensasi Kesenangan Pada Pelanggan Kedai Kopi Tak Kie Dan Bakael Coffee. Depok : Tesis FISIP UI Sosiologi. Sumber Internet dan Artikel <http://www.kopiluwaknusantara.com/sejarah-kopi-dan-penyebarannya-ke-selur>
- Zulian, Yuliansyah 2017. “Motivasi remaja mengunjungi kedai kopi kelasmenengah di Bandar Lampung”