

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial secara alami pasti akan menjalin suatu hubungan atau interaksi dengan orang lain. Namun, dalam perkembangannya interaksi merupakan hal yang dipelajari dalam kehidupan selanjutnya, interaksi merupakan suatu proses. Oleh karena itu, ada yang baik dan ada juga yang kurang baik dalam interaksi seseorang. Dalam hal ini komunikasi menjadi peran penting dalam berinteraksi. Karena pada dasarnya komunikasi dalam hidup bermasyarakat merupakan hal yang utama. Didalam komunikasi pasti tak lepas dengan suatu hubungan, ketika dua individu atau lebih bertemu dan terdapat proses komunikasi didalamnya dapat dikatakan sebagai proses sebuah hubungan. Hubungan akan terjadi ketika proses komunikasi berlangsung. Setiap manusia pasti memiliki keterkaitan hubungan antara satu dengan yang lain, terlebih lagi hubungan itu terdapat didalam suatu komunitas atau kelompok. Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah hubungan, seperti hubungan didalam lembaga, perusahaan, organisasi ataupun komunitas.

Kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya sekedar menyampaikan pesan informasi tetapi juga mengandung unsur persuasif agar orang lain bersedia menerima suatu pemahaman dan pengaruh maupun melakukan suatu perintah, rayuan dan sebagainya. Didalam komunitas sangatlah penting proses komunikasi kelompok yang efektif, karena dapat menimbulkan *feedback* yang baik dalam

komunitas tersebut. Komunitas terbentuk biasanya karena memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Komunitas juga bisa disebut sebagai sebuah kelompok yang menunjukkan adanya kesamaan citra sosial sebagai ciri khas keanggotaannya, misalnya seperti: kesamaan profesi, kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran atau hobi. Dari kesamaan seperti ini biasanya terbentuklah suatu kelompok, seperti kelompok tani, kelompok warga, atau kelompok belajar. Khususnya di kalangan anak muda, banyak yang ikut tergabung dalam suatu komunitas dengan latar belakang keterlibatan mereka yaitu untuk mengeksistensikan diri ataupun sekedar untuk mengisi kegiatan di kala senggang. Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.¹ Suatu komunitas terbentuk karena adanya keinginan dari para anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Selain itu, komunitas juga bertujuan untuk membantu individu tersebut berkembang, menambah *skill* yang dimiliki dan untuk memperluas pertemanan. Dalam suatu komunitas, biasanya para anggotanya memiliki kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas. Di Indonesia sendiri, kebebasan dalam berkomunitas dijamin sebagai salah satu hak asasi dalam UUD 1945, yang diatur dalam pasal 28E ayat (3) dengan bunyinya bahwa, “setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul dan mengeluarkan pendapat”. Pemulihan kembali hak berserikat dalam pasal 28E ayat (3) UUD 1945, adalah untuk menegaskan sebagai salah satu hak asasi manusia yang menjadi hak konstitusi, dan yang menjadi kewajiban Negara terutama Pemerintah untuk

¹ <https://kbbi.web.id/komunitas> diakses pada 5 September 2019.

melindungi, menghormati, memajukan dan memenuhinya (Pasal 28I ayat (4) UUD 1945).²

Kota Yogyakarta adalah salah satu kota di Indonesia yang terdapat banyak komunitas, berbagai macam komunitas dapat kita jumpai di kota ini mulai dari komunitas otomotif, buku, film, *game*, *manga* hingga pecinta makanan dan minuman. Setiap komunitas pasti memiliki cara tersendiri untuk berinteraksi dengan sesama anggotanya untuk membangun keeratan dalam kelompok. Seperti contohnya komunitas pecinta kopi di Yogyakarta ini, komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) yang tiap anggotanya memiliki latar belakang sosial, budaya, dan karakter pribadi yang berbeda. Komunitas ini merupakan kumpulan para pecinta kopi, pemilik *coffee shop*, barista, para penikmat kopi dan bahkan petani kopi yang anggota komunitasnya tersebar di beberapa daerah di Yogyakarta. Bisa dibilang komunitas ini anggotanya lintas usia, anggota termuda dari komunitas BKVR Yogyakarta ini berumur lima belas tahun. Komunitas BKVR Yogyakarta memang tidak membatasi siapa saja yang ingin bergabung ke dalam komunitasnya, jika ingin gabung tinggal datang saja pada saat kegiatan yang diadakan oleh komunitas. Komunitas ini jarang sekali melakukan kopdar atau kopi darat, bahkan hampir tidak pernah melakukan pertemuan khusus. Jadi mereka berkumpul jika ada *workshop* atau saat membuka *booth* di acara tertentu. Dalam suatu pertemuan mereka biasanya berinteraksi dengan melakukan *chit-chat* sesama anggota komunitas, mengadakan kuis, tebak-tebakan hingga cara seru lainnya untuk *sharing knowledge* edukasi yang topiknya selalu berbeda mengenai apapun tentang kopi,

² <http://www.dpr.go.id/uu-dan-ruu/uud45> diakses pada 5 September 2019.

cara seperti ini justru terkesan santai dan membuat anggota komunitas nyaman untuk belajar. Mereka menggiati kopi dengan cara memahami proses panjang pengolahan kopi, mulai dari mengenal aneka jenis biji kopi, menyeduh kopi hingga belajar *latte art*.

Setiap individu pasti memiliki cara tersendiri untuk berinteraksi, demikian pula individu-individu yang berada atau tergabung dalam sebuah kelompok seperti yang dilakukan oleh komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta ini.

“kami ini sering melakukan kegiatan bareng, *nongkrong* gitu walaupun cuma sekedar ngobrol santai, *guyon-guyon* sambil mencicipi kopi di *coffee shop* anggota kami. Kadang kalau *pas iseng* gitu kami juga bawa kopi sendiri-sendiri terus *nyeduh* bareng”.

³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta diatas, memperlihatkan bahwa komunitas ini memiliki interaksi yang lebih banyak dalam setiap kegiatannya. Bahkan untuk lebih mengakrabkan antara anggota satu dengan yang lainnya, komunitas ini tiap beberapa bulan sekali mengadakan trip ke beberapa daerah penghasil kopi di Indonesia. Selain mereka belajar mengenai biji kopi, mereka juga dapat saling berinteraksi dan lebih mengenal dengan sesama anggota kelompok. Interaksi sosial dengan sesama anggota komunitas merupakan hal yang penting, karena dalam proses interaksi sesama anggota komunitas dapat berfungsi sebagai pertukaran informasi dan pesan. Dalam Komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta proses interaksi antar anggota bisa terjadi pada saat berkumpul dalam sebuah acara atau kegiatan maupun secara virtual melalui sosial media. Mereka memanfaatkan sosial

³ Wawancara dengan Tito Suryantoro, tanggal 14 Oktober 2019 di The Gade Coffee and Gold, Yogyakarta.

media sebagai media untuk berkomunikasi secara tidak langsung dan berbagi segala informasi tentang kopi di dunia maya.



Gambar 1 : *screenshoot* akun instagram komunitas BKVR Yogyakarta
(sumber: <https://www.instagram.com/bkvr.yk/?hl=id> diakses pada 24 September 2019)

Dalam memberikan informasinya, mengenai jadwal kegiatan maupun undangan kegiatan kepada seluruh anggota, pengurus biasanya memberikan informasinya melalui aplikasi *chating whatsapp*. Bahkan untuk lebih dekat dengan anggotanya dan memastikan agar informasi kegiatan di terima oleh anggota komunitas, pengurus sampai melakukan *chat* pribadi dengan anggota-anggota yang lain agar dapat benar-benar memastikan bahwa mereka menerima informasi tersebut dan akan membahasnya lebih lanjut. Komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) ini turut aktif dalam *event-event* tahunan bertajuk kopi yang diadakan di Yogyakarta, seperti *one stop coffee show*, *latte art competition*, *fun cupping competition* dan masih banyak lagi *event* yang diselenggarakan. Kegiatan rutin yang diadakan oleh komunitas BKVR Yogyakarta ini bernama "Kopi Brewbagi" kegiatan ini sudah diadakan sejak

tahun 2016. Kegiatan tersebut biasanya dilakukan seminggu sekali di *coffee shop* manapun di Yogyakarta. Selain membagi-bagikan kopi gratis mereka juga memberikan edukasi mengenai seluk beluk kopi dengan pengunjung *coffee shop*. Dalam setiap kegiatannya sebuah kelompok, komunikasi menjadi faktor penting dalam berinteraksi terutama komunikasi kelompok. Komunikasi di dalam kelompok berperan penting karena sebagai alat penghubung antar setiap anggota kelompok. Proses komunikasi kelompok yang terjadi didalam komunitas berpengaruh pada apa yang mereka harapkan dalam komunitasnya, seperti pada Komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan kopi Indonesia kepada masyarakat luas dan bahkan untuk Internasional.

Data dari komunitas pecinta kopi menyebut pada tahun 2019 tercatat, ada di kisaran dua ribu kedai kopi dengan para barista handal, yang siap memanjakan lidah para penggila kopi.⁴ Perkembangan budaya *ngopi* ini menjadi sebuah gaya hidup baru yang terus berkembang. Salah satunya ketika muncul kesadaran di kalangan para penyuka kopi Yogyakarta ini, bahwa *ngopi* juga dapat dijadikan sebagai ajang bersosialisasi, dan kini telah menjadi gaya hidup baru. Mulai dari *meeting* dengan klien, *kongkow* bersama rekan dan sekedar melepas penat. Cara baru dalam menikmati dan menggiati kopi, telah menjadi budaya *ngopi* baru ditengah-tengah masyarakat Yogyakarta. Hal itu dapat dilihat dari peningkatan warung kopi yang berdiri, dimana mayoritas pemilik dan barista dari *coffee shop* itu ikut tergabung

⁴http://rri.co.id/yogyakarta/post/berita/702196/hiburan/nikmatnya_ngopi_di_jogja_coffee_wee_k_2019.html diakses pada 24 September 2019.

dalam komunitas BKVR Yogyakarta. Beberapa anggota yang tergabung dalam Komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta, sama-sama berkeinginan untuk mengembangkan kemampuan mereka dibidang pengolahan dan penyajian kopi. Dengan seringnya mereka berinteraksi dan berkomunikasi sesama anggota komunitas, maka wawasan dan ketertarikan mereka dengan dunia kopi juga kian bertambah. Berbekal pengetahuan dan pengalaman yang didapatkan selama tergabung dalam komunitas, beberapa diantaranya mulai tertarik untuk berbisnis kopi. Jika kebanyakan orang berpikir, kopi hanya sekedar minuman pahit yang biasa dan terkesan kuno, namun berbeda dengan komunitas ini. Mereka menjadikan kopi sebagai ajang untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain. Bahkan beberapa anggota komunitas Barista Koffie Lover ini juga sering diundang sebagai narasumber di beberapa kampus di Yogyakarta untuk membahas tentang kopi. Dengan hadirnya komunitas penggemar kopi di Yogyakarta dan sederet *event* yang telah diadakan ini, memunculkan gaya hidup baru tentang dunia kopi. Hal ini tentunya akan memberikan dampak dalam proses interaksi sosial pada anggota komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta. Karena dengan berinteraksi akan sangat berkaitan dengan produktivitas suatu kelompok atau berkaitan dengan upaya-upaya untuk mencapai produktivitas tersebut. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada interaksi sosial komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) Yogyakarta. Dimana para anggota komunitas ini terdiri dari pelaku usaha *coffee shop*, barista, petani kopi dan para penyuka kopi yang berada di Yogyakarta yang memiliki latar belakang berbeda-beda.

Cara berinteraksi mereka didalam komunitas untuk mencapai tujuan bersama ini, merupakan suatu hal yang menarik, melihat hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta. Selain itu, kota Yogyakarta menjadi lokasi peneliti untuk melakukan penelitian karena di kota ini komunitas Barista Koffie Lover (BKVR) berada.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalahnya yaitu : Bagaimana Interaksi Sosial Pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dengan Perspektif Komunikasi Kelompok?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dengan perspektif komunikasi kelompok.

D. Manfaat Penelitian

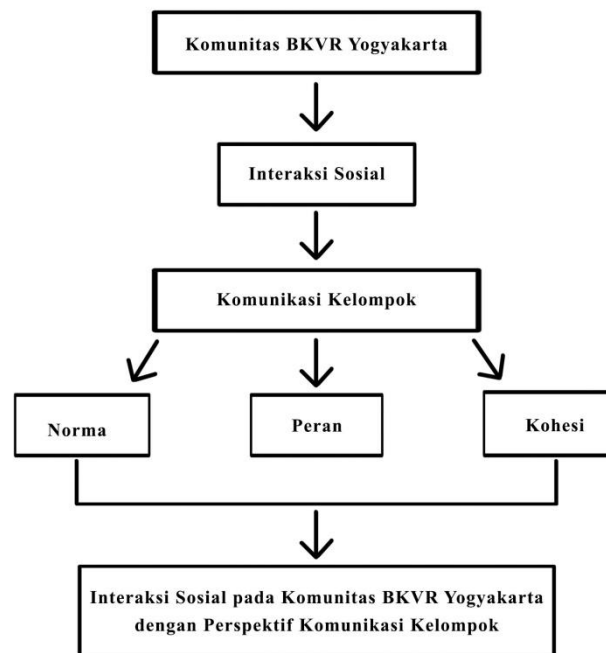
Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis : Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan referensi tambahan untuk kesinambungan pengembangan kajian-kajian keilmuan komunikasi mengenai interaksi sosial pada suatu komunitas.
2. Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan peneliti dan masyarakat luas mengenai interaksi sosial

pada komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah evaluasi bagi pihak komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dalam melakukan interaksi sosial pada komunitas, dan dapat menjadi sebuah komunitas yang lebih baik lagi kedepannya dalam melakukan interaksi dengan sesama anggotanya.

E. Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian merupakan susunan konsep dari pemikiran peneliti, demi tercapainya tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Melalui kerangka konsep penelitian yang baik dapat mempermudah pengaturan pelaksanaan penelitian dengan mudah. Untuk dapat melihat dan menggambarkan bagaimana kerangka konsep penelitian serta mengetahui hubungan atau alur pemikiran peneliti, berikut adalah bagan kerangka konsep penelitian :



Bagan 1 : kerangka konsep penelitian

1. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Syarat terjadinya interaksi sosial interaksi sosial adalah adanya kontak sosial (*social contact*) dan adanya komunikasi (*communication*).⁵

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh seseorang komunikator terhadap komunikan.komunikasi sebagai upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas

⁵ Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. 2006. Jakarta: Jakarta: Kencana. Hal 55.

penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.⁶ Sedangkan, kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih yang memiliki hubungan intensif di antara mereka satu dengan lainnya.⁷

Karakteristik dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan satu dengan yang lainnya. Sedangkan peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran.⁸

Dengan terbentuknya kelompok, maka interaksi di antara para anggota kelompok akan terjadi, terjadilah proses kelompok. Proses kelompok merupakan terjadinya interaksi antar anggota kelompok dan bagaimana pengaruh anggota kelompok kepada anggota yang lainnya. Dalam kelompok, situasi interaksi para anggota kelompok dapat bervariasi, sehingga situasi kelompok satu dengan yang lain dapat berbeda. Demikian pula, situasi interaksi anggota satu dengan anggota yang lain dapat berbeda-beda pula. Suatu kelompok dapat solid, tetapi juga dapat kurang solid. Hal demikian berkaitan dengan kohesi kelompok. Kohesi kelompok adalah bagaimana para anggota kelompok saling menyukai satu dengan yang

⁶ Onong, Uchana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. 2017. Bandung. Hal 6.

⁷ Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. 2006. Jakarta: Jakarta: Kencana. Hal 270.

⁸ Ibid. Hal 273.

lainnya. Tingkatan kohesi ini akan menunjukkan seberapa baik kekompakan dalam kelompok yang bersangkutan.⁹

Kohesi merupakan rasa tertarik di antara para anggota kelompok. Dalam tingkatan kohesi akan dapat mempengaruhi saling hubungan atau interaksi anggota dalam kelompok yang bersangkutan. Di dalam interaksi apabila seseorang tertarik pada orang lain, maka ia akan melakukan interaksi dengan orang yang bersangkutan. Sebaliknya, jika seseorang tidak tertarik maka tidak akan mengadakan interaksi. Dengan demikian, unsur ketertarikan (*attractiveness*) seseorang akan ikut menentukan terjadinya interaksi. Dengan kata lain, ketertarikan tidak langsung akan berpengaruh pada kohesi (*cohesiveness*) kelompok, yaitu melalui interaksi.¹⁰

3. Interaksi Sosial pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta

Apabila interaksi di dalam suatu kelompok telah berjalan, maka terbentuklah struktur di dalam kelompok tersebut. Dengan terbentuknya struktur kelompok, maka dalam kelompok itu akan ada pembagian tugas dari masing-masing anggota. Tiap anggota ini akan mempunyai status dan peran sendiri-sendiri. Semuanya pasti mengacu pada tujuan yang hendak dicapai dalam komunitas atau kelompoknya. Maka dari itu, dengan terbentuknya kelompok ini juga akan terbentuk pula norma kelompok. Norma kelompok ini merupakan pedoman yang berfungsi untuk mengatur sikap dan perilaku atau perbuatan tiap anggota kelompok. Norma dalam

⁹ Walgito, Bimo. *Psikologi Kelompok*. 2006. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hal 46.

¹⁰ Ibid. Hal 47.

kelompok ini merupakan norma yang relatif tidak tetap. Artinya, norma kelompok dapat berubah sesuai dengan keadaan yang dihadapi oleh kelompok.

F. Metode Penelitian

Berdasarkan judul dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan sebuah fenomena sosial yang ada di masyarakat dan diangkat sebagai objek penelitian, serta berupaya mengangkat realitas tersebut kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, tanda, atau gambaran mengenai kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.¹¹ Pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sebagaimana yang diungkapkan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode ini digunakan karena peneliti dapat mengamati dan berinteraksi langsung dengan anggota Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta pada saat mereka melakukan kegiatan, sehingga peneliti dapat langsung mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana interaksi sosial pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta.

G. Objek Penelitian

1. Subyek

¹¹ Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. 2010. Jakarta: Kencana. Hal 68.

Subyek dalam penelitian ini adalah komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti memilih subyek pengurus dan anggota komunitas yang menjadi pelaku dalam melakukan interaksi sosial dalam kelompok.

a. Tito Suryantoro

Akrab di sapa Tito, informan yang diwawancarai dalam penelitian ini telah bergabung dalam komunitas sejak tahun 2016. Namun, sebelum bergabung dengan komunitas BKVR, kak Tito ini telah lebih dulu mengenal anggota-anggota dalam komunitas ini yang dulu awalnya bernama Barista istimewa Yogyakarta (BIY). Sejak ikut tergabung dalam komunitas BKVR Yogyakarta, kak Tito sudah memperlihatkan keaktifan dan loyalitasnya. Ia turut aktif dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh komunitas. Komunitas BKVR Yogyakarta ini memiliki akun sosial media untuk wadah mereka dalam penyebaran informasi, kak Tito dipercaya sebagai salah satu *contact person* komunitas ini atau bisa dibilang sebagai Humas dalam komunitas. Pekerjaannya sebagai *consultant coffee shop* yang mengharuskan ia berkunjung ke berbagai *coffee shop* di Jogja dan berbagai daerah lain menjadikan wawasannya bertambah luas dan sangat mengerti tentang dunia kopi.

b. Habi Burrahman

Habi sapaan akrabnya, merupakan seorang *roaster* dan pengelola salah satu *coffee shop* di Yogyakarta, yaitu Top Gear Coffee and Roastery Jogja. Kak Habi ini berperan sebagai koordinator dalam

komunitas BKVR Yogyakarta. Bisa dibilang dia senior dalam komunitas ini, karena merupakan salah satu pendiri atau pencetus terbentuknya Barista Koffie Lover Yogyakarta. Jika komunitas mendapat undangan dari Universitas maupun dalam kegiatan lain untuk menjadi pengisi acara, kak Habi ini lah yang biasanya ditunjuk oleh komunitas untuk menjadi narasumber mewakili komunitasnya.

c. Andry Mahardika

Dimulai dari menjadi Barista di sebuah kedai kopi di Yogyakarta sekitar tahun 2006, telah menghantarkan kak Andry menekuni profesinya di bidang kopi hingga sekarang. Dari tahun 2006 hingga 2009 kak Andry menjadi seorang Barista di sebuah kedai kopi kemudian di tempat yang sama dia diangkat menjadi seorang trainer yang tugasnya melatih para barista. Kak Andry ini juga senior dalam komunitas, karena menjadi anggota BKVR Yogyakarta sejak awal berdirinya komunitas yaitu pada tahun 2013. Dan aktif dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh komunitas. Dalam komunitas kak Andry ini juga berperan yang sama dengan profesinya, yaitu menjadi trainer barista, jadi jika ada anggota komunitas yang ingin belajar menjadi barista professional, kak Andry ini lah yang menjadi trainernya.

2. Obyek

Obyek dalam penelitian ini adalah interaksi sosial pada komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta.

3. Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini adalah Kedai Kopi “Contoh Usaha Kopi” yang terletak di Jl. Seturan III No.68B, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tersebut merupakan tempat berkumpulnya komunitas BKVR Yogyakarta.

4. Waktu Penelitian

Penelitian terhadap komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta ini dilaksanakan pada Bulan November 2019 hingga Bulan Desember 2019. Dengan waktu dua bulan diharapkan peneliti dapat meneliti lebih mendalam tentang masalah yang ditelitinya.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipasi. Observasi partisipasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan dimana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian responden.¹² Dalam hal ini yang dilakukan oleh peneliti diantaranya hadir dan ikut berbaur dalam kegiatan atau *event* yang diadakan oleh komunitas Barista and Koffie Lover Yogyakarta. Selama melakukan observasi, peneliti juga mengamati, memperhatikan serta

¹² Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika. Hal 115.

mencatat setiap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Barista and Koffie Lover Yogyakarta. Sementara itu, observasi juga dilakukan oleh peneliti dengan mengamati akun sosial media milik komunitas Barista and Koffie Lover Yogyakarta untuk mengetahui terkait kegiatan apa saja yang akan mereka adakan.

2. Wawancara

Setelah melakukan observasi maka langkah selanjutnya yaitu melakukan wawancara. Wawancara atau *interview* merupakan pertemuan tatap muka antara seorang yang mengajukan pertanyaan dengan seseorang atau narasumber yang memberikan keterangan informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe wawancara tak terstruktur, dimana wawancara tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sebelumnya. Peneliti hanya berpedoman secara garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tak terstruktur dinilai sangat efisien dalam penelitian ini, sebab bersifat lebih terbuka. Dalam hal ini, peneliti juga dapat mengakses persepsi dari informan. Selain itu dapat mengeksplorasi banyak hal dari informan, dan pada setiap kasus pasti memiliki format wawancara yang berbeda. Dalam tahapan ini penulis akan melakukan wawancara dengan Kak Tito Suryantoro, sebagai Humas komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dan juga menjadi *contact person* pada sosial media komunitas. Kak Tito merupakan informan yang informasinya sangat membantu dalam pengumpulan data pada penelitian ini, sebab ia salah satu pendiri dan pengurus komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta. Selain itu, peneliti melakukan wawancara dengan Kak Habi Burrahman sebagai koordinator dan pendiri komunitas juga. Kemudian informan selanjutnya yaitu Kak Andry

Mahardika sebagai anggota komunitas dan juga sebagai trainer barista di komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta .

3. Dokumentasi

Tahapan pengumpulan data selanjutnya yaitu dokumentasi. Selama proses pengumpulan data maka diperlukan sebuah dokumentasi. Pelaksanaan dokumentasi ini, peneliti mengumpulkan beberapa majalah, catatan harian dan beberapa artikel terkait komunitas. Selain itu, dokumentasi dalam penelitian ini juga berupa foto atau gambar pada saat peneliti melakukan wawancara dengan narasumber. Peneliti juga mendokumentasikan beberapa foto dan video pada saat kegiatan yang diadakan komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta berlangsung. Dokumentasi ini berguna sebagai sumber informasi dan data tambahan bagi peneliti.

4. Studi Pustaka

Pada tahapan ini merupakan tahapan pengumpulan data dengan cara mencari data dalam bentuk referensi tertulis yang berhubungan dengan topik yang akan dikaji. Pada tahapan ini dilakukan dengan menggunakan literatur, jurnal, dan skripsi dari hasil penelitian terdahulu.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana data yang terkumpul berupa kata-kata. Dengan proses pengumpulanya menggunakan metode

Observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.¹³ Berikut tahapan analisis data :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dilakukan agar data yang diolah menyentuh pokok permasalahan karena data yang diperoleh di lapangan dalam penelitian kualitatif cenderung banyak, kompleks, dan rumit. Dalam tahap ini, peneliti memilah-milah data yang telah diperoleh di lapangan dan hanya memfokuskan pada hal-hal yang penting sesuai dengan tema yang diangkat.

2. Penyajian Data

Tahap analisis data yang berikutnya yaitu penyajian data, penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini merupakan bagian akhir dari penelitian kualitatif. Penelitian harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang

¹³ Miles, Matthew B. Dan A. Michael Huberman.1992.Analisis Data Kualitatif.Universitas Indonesia (UI-Press)

disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti harus diuji kebenarannya dan kecocokannya. Peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi atas data-data yang sudah diproses sebelumnya.