**INTERAKSI SOSIAL PADA KOMUNITAS BARISTA KOFFIE LOVER YOGYAKARTA DENGAN PERSPEKTIF KOMUNIKASI KELOMPOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta)

***SOCIAL INTERACTION IN BARISTA KOFFIE LOVER COMMUNITY YOGYAKARTA WITH THE COMMUNICATION PERSPECTIVE***

*(Descriptive Qualitative Study in Barista Koffie Lover Community Yogyakarta)*

**Abstrak**

**Interaksi Sosial Pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta Dengan Perspektif Komunikasi Kelompok**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta)

**Nindy Aulia Prasasti**

**17072228**

Manusia sebagai makhluk sosial secara alami pasti akan menjalin interaksi dengan sesamanya. 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, seperti dalam sebuah kelompok atau komunitas. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dengan perspektif komunikasi kelompok. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan dekstriptif kualitatif. 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.Penelitian ini dikaji menggunakan teori interaksi sosial dan komunikasi kelompok, hasil dari penelitian ini yaitu kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder serta melakukan komunikasi dengan sesama anggotanya. Kemudian, untuk menjaga keeratan dan kekompakan dengan anggotanya, komunitas BKVR Yogyakarta sering melakukan kegiatan bersama yang tak terecana.

**Kata Kunci : Interkasi Sosial, Komunikasi Kelompok, Komunitas BKVR Yogyakarta.**

***Abstract***

***Social Interaction In Barista Koffie Lover Community Yogyakarta With The Communication Perspective***

*(Descriptive Qualitative Study In Barista Koffie Lover Community Yogyakarta)*

**Nindy Aulia Prasasti**

**17072228**

*Humans as social creatures naturally will certainly interact with each other. In this case communication becomes an important role in interacting. Because basically communication in social life is the main thing. In communication certainly can not be separated from a relationship, when two or more individuals meet and there is a communication process in it can be said to be a process of a relationship. Relationships will occur when the communication process takes place, such as in a group or community. The purpose of this study is to find out how social interaction in the Barista Koffie Lover Community in Yogyakarta with the perspective of group communication. This type of research is qualitative research with a qualitative descriptive approach. This method is used because researchers can observe and interact directly with members of the Koffie Lover Yogyakarta Barista Community when they conduct activities, so that researchers can immediately know and describe how social interaction in the Barista Koffie Lover Community Yogyakarta. This research was examined using social interaction theory and group communication , the results of this study are primary social contacts and secondary social contacts as well as communicating with fellow members. Then, to maintain closeness and cohesiveness with its members, the BKVR Yogyakarta community often carries out uninterrupted joint activities.*

***Keywords: Social Interaction, Group Communication, BKVR Community Yogyakarta***

**PENDAHULUAN**

Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah hubungan, seperti hubungan didalam lembaga, perusahaan, organisasi ataupun komunitas. 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 menunjukan adanya kesamaan citra sosial sebagai ciri khas keanggotaannya, misalnya seperti: kesamaan profesi, kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran atau hobi. 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. Kota Yogyakarta adalah salah satu kota di Indonesia yang terdapat banyak komunitas, salah satunya komunitas pecinta kopi yaitu 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 dibeberapa daerah di Yogyakarta. 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. 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.

**RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penlisan ini dapat dirumuskan sebuah permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Interaksi Sosial Pada Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta dengan Perspektif Komunikasi Kelompok?.

**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.

**MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah 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 pihakkomunitas 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.

**KERANGKA KONSEP**

**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).*[[1]](#footnote-1)*

**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 penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.*[[2]](#footnote-2)* 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.*[[3]](#footnote-3)* 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.*[[4]](#footnote-4)*

**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.

**METODE PENELITIAN**

Berdasarkan judul dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sebagimana yang diungkapkan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dariorang – 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. 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. Obyek dalam penelitian ini adalah interaksi sosial pada komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya :

**Observasi**

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.[[5]](#footnote-5) 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

**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.

**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.

**PEMBAHASAN**

Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta memiliki anggota yang tersebar di beberapa wilayah di Yogyakarta, dan memiliki latar belakang berbeda bahkan ada beberapa diantaranya berada di luar Jawa. Menurut dokumen milik komunitas BKVR Yogyakarta, sampai saat ini terdapat kurang lebih 52 anggota komunitas yang berprofesi sebagai barista dan beberapa lagi anggota berprofesi sebagai pengelola *café, roaster, owner coffee shop,* petani kopi, dan beberapa mahasiswa yang hanya sebagai pecinta kopi. Jumlah anggota komunitas ini bisa saja bertambah sewaktu-waktu tergantung dengan kegiatan atau *event* yang diadakan oleh komunitas. Karena, BKVR Yogyakarta merupakan suatu komunitas yang tidak formal dan terikat, artinya siapa saja yang ingin menjadi anggota tidak perlu mendaftarkan diri melainkan langsung datang saja ketika komunitas mengadakan *event* dan tinggal bergabung saja. Dalam kepengurusan atau struktur organisasi, sebenarnya komunitas BKVR Yogyakarta ini tidak memiliki struktur yang tetap, karena setiap ada kegiatan atau *event* tertentu pemilihan kepengurusan itu dapat berubah-ubah sesuai kegiatan yang akan dilaksanakan. Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta memiliki basecamp yang berlokasi di kedai kopi “Contoh Usaha Kopi”, Jl. Seturan III No.68B, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

**Interaksi Sosial Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta**

Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta melakukan kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder serta melakukan komunikasi dengan sesama anggotanya. Kontak sosial dan komunikasi merupakan syarat terjadinya interaksi sosial. Dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta, kontak sosial primer dilakukan dengan bertemu secara langsung atau tatap muka dengan sesama anggota komunitas, sedangkan kontak sosial sekunder dilakukan dengan menggunakan perantara seperti smart phone dengan memanfaatkan media sosial. Kontak sosial primer dilakukan oleh komunitas BKVR Yogyakarta dengan berkumpul dan bertemu dengan anggota komunitasnya di coffee shop milik salah satu anggota komunitas. Biasanya pertemuan komunitas ini tidak diagendakan atau secara tak terencana, karena memang komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta tidak memiliki agenda atau jadwal khusus untuk mengadakan pertemuan mereka.

Pertemuan tak terencana ini biasanya mereka gunakan untuk sekedar menyeduh kopi bersama dan sharing pengetahuan tentang kopi. Selanjutnya, selain melakukankontak sosial primer komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta juga melakukan kontak sosial sekunder dengan melalui media sosial. Komunitas BKVR Yogyakarta, memiliki akun media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan group whatsapp yang bertujuan untuk memudahkan anggota komunitas dalam penerimaan dan penyebaran informasi. Semua akun media sosial milik komunitas ini dikelola oleh anggota yang telah di tunjuk sebagai admin atau sebagai contact person. Biasanya, informasi atau pesan yang dipertukarkan dalam media sosial komunitas BKVR yaitu seputar kopi dan event-event bertajuk kopi.

**Komunikasi Kelompok**

Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta ini memiliki beberapa kebiasaan yang merupakan ciri-ciri umum dari sebuah kelompok. Diantaranya, dalam berinteraksi dengan sesama anggotanya, komunitas BKVR Yogyakarta biasanya bertemu secara langsung atau secara tatap muka dan dengan menggunakan perantara seperti smart phone dengan memanfaatkan media sosial. Biasanya pertemuan komunitas ini tidak diagendakan atau secara tak terencana, karena memang komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta tidak memiliki agenda atau jadwal khusus untuk mengadakan pertemuan mereka. Pertemuan tidak terencana ini biasanya mereka gunakan untuk sekedar menyeduh kopi bersama dan sharing pengetahuan tentang kopi. Hal ini diperjelas pernyataan dari narasumber Habi Burrahman sebagai berikut :

*“Yaa paling kalau ketemu gitu kita bahas tentang rencana event kita kedepan, trus bahas tentang apa nih yang baru di per-kopi an. Sama paling sharing-sharing ilmu aja sih mbak, tapi ya sambil di selipin guyon” (Habi Burrahman, 12 Desember 2019, Top Gear Coffee and Roastery)*

Kemudian selanjutnya, orang-orang yang tergabung dalam suatu kelompok ini mempunyai beberapa tujuan ataupun alasan. Sama halnya dengan anggota dari komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta. Mereka memiliki tujuan masing-masing ketika bergabung dengan komunitas BKVR Yogyakarta ini. Ada yang memiliki tujuan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman, ada yang hanya merasa senang ketika bergabung dengan komunitas, ada juga yang memiliki tujuan untuk lebih mengenal kopi. Ketika semuanya telah saling berinteraksi maka terbentuklah satu tujuan bersama didalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta, yaitu untuk mengenalkan kopi kepada masyarakat luas dan memberikan ruang kepada para penggiat dan penikmat kopi yang berada di Yogyakarta. Selanjutnya, ciri-ciri umum dari sebuah kelompok yaitu, kelompok itu memiliki struktur yang berarti adanya peran, norma dan hubungan antar anggota. Dalam hal ini, komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta memiliki peran yang terbagi dalam kelompoknya.

Peran yang terbagi dalam komunitas BKVR Yogyakarta ini menyangkut tugas dari masing-masing anggota komunitas, pembagiannya berdasarkan musyawarah dan kesepakatan bersama. Namun, pembagian peran dan tugas yang secara tertulis dalam komunitas BKVR Yogyakarta ini dilakukan jika akan mengadakan sebuah *event* saja, dalam kesehariannya komunitas ini tidak memiliki peran dan struktur kepengurusan secara tertulis. Kemudian dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta ini juga bahwa adanya norma atau semacam aturan-aturan yang terbentuk dalam komunitas BKVR Yogyakarta. berdasarkan hasil wawancara peneliti, norma atau aturan yang terbentuk dan berlaku dalam komunitas BKVR Yogyakarta adalah norma sosial dan norma tugas.

Norma sosial yang terbentuk dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta yakni mengatur agar anggota komunitas tidak menggunakan atau menyalahgunakan nama komunitas untuk kepentingan pribadi dan tetap menjaga nama baik komunitas serta saling menghargai anggota yang satu dengan yang lain. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari informan Habi Burrahman sebagai berikut :

*“yang pasti aturan baku yang kita buat diawal, itu tidak membawa nama komunitas untuk komersil ataupun untuk kepentingan oknum tertentu.” (Habi Burrahman, 12 Desember 2019, Top Gear Coffee and Roastery*

Selanjutnya, dalam komunitas BKVR Yogyakarta ada norma tugas yang mengatur tentang bagaimana tugas dari setiap anggota kelompok harus dilakukan dengan sebagaimana mestinya. Dalam norma tugas ini berlaku pada saat komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta sedang mengadakan *event*, dimana setiap anggota kelompok mempunyai peran dan tugas masing-masing yang harus dikerjakan.

**ANALISIS**

**Interaksi Sosial Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta**

**Kontak Sosial**

Kontak sosial dan komunikasi merupakan syarat terjadinya interaksi sosial. Dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta, kontak sosial primer dilakukan dengan bertemu secara langsung atau tatap muka dengan sesama anggota komunitas, sedangkan kontak sosial sekunder dilakukan dengan menggunakan perantara seperti smart phone dengan memanfaatkan media sosial. Kontak sosial primer dilakukan oleh komunitas BKVR Yogyakarta dengan berkumpul dan bertemu dengan anggota komunitasnya di coffee shop milik salah satu anggota komunitas. Biasanya pertemuan komunitas ini tidak diagendakan atau secara tak terencana. Pertemuan tak terencana ini biasanya mereka gunakan untuk sekedar menyeduh kopi bersama dan sharing pengetahuan tentang kopi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan salah satu informan dalam penelitian ini yakni Andry Mahardika sebagai berikut :

*“…kayak nggak terencana gitu, kayak ini nanti misalnya mau futsal bareng, trus nyeduh kopi bareng di coffee shop punya orang BKVR juga. Gitu sih kebanyakan kita tidak pernah diagendakan khusus gitu, ngalir aja mbak jadwal ketemunya.” (Andry Mahardika, 12 Desember 2019, Top Gear Coffee and Roastery)*

Selanjutnya, selain melakukankontak sosial primer komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta juga melakukan kontak sosial sekunder dengan melalui media sosial. Komunitas BKVR Yogyakarta, memiliki akun media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan group whatsapp yang bertujuan untuk memudahkan anggota komunitas dalam penerimaan dan penyebaran informasi.

**Komunikasi**

Masing-masing anggota komunitas BKVR Yogyakarta ini selalu menggunakan gaya berbicara non-formal dan komunikasi yang terkesan santai. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan Andry Mahardika sebagai berikut :

*“…Ya sambil bercanda gitu, paling kalau serius itu ya pas ngomongin soal event kita gitu. Kalau sehari-hari kayak ngumpul gini ya nyantai aja.” (Andry Mahardika, 12 Desember 2019, Top Gear Coffee and Roastery)*

Berdasarkan hasil wawancara maka peneliti dapat menganalisis bahwa, komunikasi dengan antar anggota komunitas merupakan kunci utama dalam proses interaksi sosial. Namun, dalam proses interaksi sosialnya suatu kelompok pasti pernah mengalami gesekan atau berselisih paham dengan anggota kelompok yang lain. Dalam hal ini, komunitas BKVR Yogyakarta sangat mengutamakan komunikasi antar anggota dalam penyelesaian setiap masalah.

**Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta**

Komunikasi kelompok memiliki karakteristik yang dapat menentukan komunikasi kelompok itu sendiri. Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal yaitu norma dan peran.

Norma atau aturan yang terbentuk dan berlaku dalam komunitas BKVR Yogyakarta adalah norma sosial dan norma tugas. Norma sosial yang terbentuk dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta yakni mengatur agar anggota komunitas tidak menggunakan atau menyalahgunakan nama komunitas untuk kepentingan pribadi dan tetap menjaga nama baik komunitas serta saling menghargai anggota yang satu dengan yang lain. Sedangkan norma tugas, yang mengatur tentang bagaimana tugas dari setiap anggota kelompok harus dilakukan dengan sebagaimana mestinya. Dalam norma tugas ini berlaku pada saat komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta sedang mengadakan *event*, dimana setiap anggota kelompok mempunyai peran dan tugas masing-masing yang harus dikerjakan. Dengan terbentuk dan berlakunya norma atau aturan dalam kelompok, tentu akan mempengaruhi sikap dari para anggota kelompoknya.

Selanjutnya hasil dari temuan yang dilakukan oleh peneliti menganalisis bahwa adanya peran yang terbagi dalam komunitas Barista Koffie Lover ini. Peran yang terbagi dalam komunitas BKVR Yogyakarta ini menyangkut tugas dari masing-masing anggota komunitas, pembagiannya berdasarkan musyawarah dan kesepakatan bersama. Namun, pembagian peran dan tugas yang secara tertulis dalam komunitas BKVR Yogyakarta ini dilakukan jika akan mengadakan sebuah *event* saja, dalam kesehariannya komunitas BKVR Yogyakarta tidak memiliki peran dan struktur kepengurusan secara tertulis. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari informan Tito Suryantoro sebagai berikut :

*“...kalau di BKVR itu tidak ada struktur organisasi yang seperti komunitas lain yang formal gitu. Kalau di kita ini sistimnya dibentuk kepanitiaan kalau sedang ada event saja.” (Tito Suryantoro, 9 Desember 2019, Coffee shop Contoh Usaha Kopi Yogyakarta.)*

Komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta membagi peran antar anggotanya ketika akan mengadakan sebuah acara saja dengan melalui musyawarah dan kesepakatan bersama. Pembentukan kepanitiaan ditinjau dari *skill* dan pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing anggota. Namun, ketersediaan waktu dari masing-masing anggota juga mempengaruhi dalam setiap pembagian *jobdesc.*

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi. Fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan serta fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk masyarakat, kelompok maupun anggota kelompok itu sendiri.[[6]](#footnote-6) Berdasarkan temuan data, maka peneliti dapat menganalisis bahwa dalam komunitas BKVR Yogyakarta juga terdapat fungsi-fungsi yang sama seperti yang telah disebutkan diatas. Fungsi-fungsi dari terbentuknya komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta yakni, sebagai hubungan sosial dimana dalam komunitas BKVR Yogyakarta setiap anggotanya mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggota yang lainnya. Hubungan yang terjalin diantara anggotanya ini seperti ketika mereka saling tolong menolong dan saling memberi dukungan kepada anggota yang lain. Kemudian fungsi selanjutnya sebagai pendidikan, dalam komunitas BKVR Yogyakarta fungsi pendidikan berarti saling mempertukarkan pengetahuan dan informasi terkait kopi maupun hal lainnya kepada sesama anggotanya. Selanjutnya, sebagai fungsi persuasi dalam hal ini peneliti menganalisis anggota komunitas BKVR Yogyakarta saling mempersuasi anggota yang lainnya. Mempersuasi dalam hal ini yaitu, mereka saling menghimbau dan mengajak anggota lainnya untuk terus belajar teknik pengolahan kopi dan lebih mengenalkan kopi kepada masyarakat luas, sesuai tujuan bersama komunitas ini. Lalu fungsi *problem solving* dalam komunitas BKVR Yogyakarta fungsi ini dilakukan dengan melakukan kegiatan bersama dan membuat beberapa keputusan terkait persoalan individu maupun persoalan kelompok yang sedang dihadapi.

Selanjutnya, dalam suatu kelompok para anggotanya akan saling menyukai atau merasa tertarik satu dengan yang lainnya, ini yang disebut dengan kohesi. Tingkatan kohesi ini akan menunjukkan seberapa baik kekompakan dalam kelompok yang bersangkutan. Jika kelompok kontinu, maka anggotanya akan lebih tertarik kepada kelompok bersangkutan daripada kelompok lain. Kohesi merupakan rasa tertarik di antara para anggota. Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunitas BKVR Yogyakarta memiliki kohesi tinggi, dikarenakan sesama anggota komunitas saling memiliki rasa ketertarikan. Ketertarikan ini disebabkan karena mereka sama-sama memiliki kegemaran, nilai-nilai dan tujuan yang sama. Hal ini diperkuat pernyataan dari informan yakni Andry Mahardika sebagai berikut :

*“…kita punya satu tujuan. Merangkul para pelaku kopi di Jogja dan mengenalkan kopi kepada masyarakat luas. Bahwa ini lho kita punya kopi enak dari daerah misalnya Gayo, trus mana lagi gitu. Jadi bisa di bilang BKVR ini dibentuk untuk sebuah wadah para pelaku dan penyuka kopi di Jogja.” (Andry Mahardika, 12 Desember 2019, Top Gear Coffee and Roastery)*

Dalam hal ini tentu saja akan mempengaruhi tingginya kohesi yang terbentuk dalam sebuah kelompok. Tingkatan kohesi akan dapat mempengaruhi saling berhubungan atau interaksi anggota dalam kelompok bersangkutan. Dalam interaksi, apabila seseorang tertarik pada orang lain, maka akan mengadakan interaksi dengan orang yang bersangkutan. Sebaliknya, kalau seseorang tidak tertarik, maka ia tidak akan mengadakan interaksi. Berdasarkan temuan data oleh peneliti, pada anggota komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta memiliki tingkat kohesi tinggi, karena sebagian besar anggotanya melakukan interaksi dan memiliki rasa ketertarikan antara anggota yang satu dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan mereka memiliki kesamaan dalam beberapa hal yakni, tujuan dan kegemaran yang sama yaitu di bidang kopi.

**KESIMPULAN**

Sesuai dengan penelitian yang telah peneliti lakukan pada obyek penelitian, yaitu interaksi sosial pada komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta, Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan diantaranya : KomunitasBarista Koffie Lover Yogyakarta melakukan kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder serta melakukan komunikasi dengan sesama anggotanya. Kontak sosial sekunder yang dilakukan oleh komunitas BKVR Yogyakarta ini yaitu dengan bertemu dan berkumpul dengan anggota kelompoknya. Sedangkan, kontak sosial primer mereka lakukan melalui perantara smartphone dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan oleh komunitas BKVR Yogyakarta yaitu instagram dan whatsapp. Selanjutnya, setelah melakukan interaksi sosial dengan sesama anggotanya kemudian terbentuklah struktur dimana terdapat pembagian peran dan tugas di dalam komunitas BKVR Yogyakarta.

Kemudian, dalam komunitas BKVR Yogyakarta juga terbentuk norma ataupun “aturan” (*rule).* Dimana norma yang terbentuk ini yaitu norma sosial yang mengatur bagaimana menjaga hubungan antar anggota dalam kelompoknya. Kemudian pada saat mengadakan *event*, komunitas BKVR Yogyakarta menerapkan norma tugas yang mengatur tentang bagaimana tugas dan peran masing-masing anggota kelompok agar berjalan dengan semestinya. Norma atau aturan disini berfungsi sebagai pemberi arah ataupun dapat berfungsi juga sebagai batasan dari sikap dan perilaku anggota kelompok.

Lalu berikutnya, kohesi dalam komunitas BKVR Yogyakarta. Kohesi ini merupakan rasa tertarik di antara para anggota*.* Dalam komunitas Barista Koffie Lover Yogyakarta, ketertarikan ini disebabkan karena mereka sama-sama memiliki kegemaran, nilai-nilai dan tujuan yang sama. Tujuan bersama komunitas, yang telah di sepakati sejak terbentuknya komunitas BKVR Yogyakarta yaitu mengenalkan kopi kepada masyarakat luas dan memberikan ruang kepada para penggiat dan penikmat kopi yang berada di Yogyakarta.

**DAFTAR PUSTAKA**

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

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

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

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* 2005. PT: Rosdakarya.

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

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

1. Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* 2006. Jakarta: Jakarta: Kencana. Hal 55. [↑](#footnote-ref-1)
2. Onong, Uchana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. 2017. Bandung. Hal 6. [↑](#footnote-ref-2)
3. Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* 2006. Jakarta: Jakarta: Kencana. Hal 270. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ibid. Hal 273. [↑](#footnote-ref-4)
5. Bungin, Burhan. Penelitian *Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*.Jakarta:Putra Grafika. Hal 115. [↑](#footnote-ref-5)
6. Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* 2006. Jakarta: Jakarta: Kencana. Hal 274 [↑](#footnote-ref-6)