



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu iBuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi

Public Relations

Arvando Putra Stevanus
44216010102

Interaksi Komunikasi Antarpribadi Penyaji Kopi (Barista) Dengan Konsumen
Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelayanan Pada Cafe Sahabat Ngopi Di Depok

Bibliografi : 5 Bab 84 Hal + Lampiran 16 hal+ 23 Buku +1 Internet

ABSTRAK

Konsumen merupakan komponen utama bagi kemajuan suatu perusahaan dengan alasan bahwa tanpa konsumen, suatu perusahaan tidak dapat menjalankan bisnisnya. Barista harus memiliki kemampuan komunikasi antarpribadi sehingga konsumen merasa terpenuhi dalam hal pelayanan. Untuk mengetahui Interaksi Komunikasi Antarpribadi Penyaji Kopi (Barista) dan Konsumen dalam mempertahankan kepuasan pelayanan pada Cafe Sahabat Kopi, penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Komunikasi interaktif yang menggabungkan unsur pesan, sumber pesan, interpretasi, dan umpan balik adalah komunikasi antarpribadi antara barista dan konsumen. Barista dan konsumen berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal selama interaksi ini. Pesan disampaikan secara verbal melalui bahasa tertulis dan lisan. Sedangkan pesan yang disampaikan secara nonverbal dapat berupa senyuman, tatapan mata, gerakan anggota badan, penampilan atau pakaian yang dikenakan, desain interior, dan musik. Untuk para barista dalam memberikan pelayanan, diharapkan mereka akan mengikuti prosedur operasi standar perusahaan. SOP pemeliharaan, teknis, manajerial, dan keramahan akan memastikan bahwa pelanggan selalu merasa dihargai dan puas, sehingga menghasilkan basis pelanggan yang loyal.

Kata Kunci: Komunikasi Antarpribadi, Barista, Konsumen, Kepuasan Pelayanan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Faculty of Communication,
Mercu Buana University

Public relations

Arvando Putra Stevanus
44216010102

Interpersonal Communication Interaction of Coffee Servants (Baristas) With
Consumers In Maintaining Service Satisfaction Pada Cafe Sahabat Ngopi
Bibliography : 5 Chapters 87 Pages + Attachments 12 pages + 23 Books +1 Internet

ABSTRACT

Consumers are the main component in the progress of a company, on the grounds that without consumers, a company cannot run its business. Baristas must have interpersonal communication skills so that consumers feel fulfilled in terms of service. A qualitative descriptive study was used in this study to determine the interpersonal communication interactions between coffee servers (baristas) and consumers in maintaining service satisfaction at Cafe Sahabat Kopi. The data in this study was obtained through interviews and documentation. Interactive communication that combines elements of the message, message source, interpretation, and feedback is interpersonal communication between baristas and consumers. Baristas and consumers communicate both verbally and nonverbally during this interaction. Messages are conveyed verbally through written and spoken language. The messages conveyed nonverbally can be in the form of a smile, eye gaze, limb movements, appearance or clothing worn, interior design, and music. For the baristas providing services, it is expected that they will follow the company's standard operating procedures. Maintenance, technical, managerial, and hospitality SOPs will ensure that customers always feel valued and satisfied, resulting in a loyal customer base.

Keywords: Interpersonal Communication, Barista, Consumers, Service