



**ANALISIS KOMPETENSI KOMUNIKASI BARISTA  
STARBUCKS GRAND INDONESIA UPAYA  
MENINGKATKAN SERVICE  
EXCELLENCE**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Rio Septyan**

**44220120021**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rio Septyan  
NIM : 44220120021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi Barista Starbucks  
Grand Indonesia: Upaya Meningkatkan Service Excellence

Menyatakan bahwa laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 1 Januari 2025



Rio Septyan

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rio Septyan  
NIM : 44220120021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi Barista Starbucks Grand Indonesia: Upaya Meningkatkan Service Excellence

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Riki Arswendi, M.Ikom  
NIDN : 0316088503  
Ketua Penguji : Drs. Marwan Mahmudi, M.S.i  
NIDN : 0311036703  
Penguji Ahli : Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom  
NIDN : 0302066903



Jakarta, 13 Januari 2025

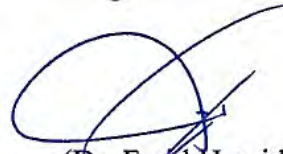
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rio Septyan  
NIM : 44220120021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi Barista Starbucks Grand Indonesia: Upaya Meningkatkan Service Excellence

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Januari 2025

Yang menyatakan,



( Rio Septyan )

## ABSTRAK

Nama : Rio Septyan  
NIM : 44220120021  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi Barista Starbucks Grand Indonesia: Upaya Meningkatkan Service Excellence  
Pembimbing : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

Bisnis kopi di Indonesia, terutama *Coffee Shop*, berkembang pesat. Meskipun berasal dari Amerika, *Coffee Shop* memiliki potensi besar di Indonesia. Konsumen dari berbagai usia menjadikan kopi bagian dari gaya hidup, terutama generasi milenial. Kopi kini juga menjadi media komunikasi yang meningkatkan keakraban. Di Jakarta, perkembangan *Coffee Shop* sangat cepat, seperti Starbucks di mall Grand Indonesia. Pada tahun 2016, terdapat sekitar 3.000 *Coffee Shop* di Jakarta yang bersaing untuk menarik pelanggan. Persaingan ini mendorong pemilik kedai kopi membuat strategi unik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan karena bisnis kopi di Indonesia berkembang pesat, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Starbucks Grand Indonesia, salah satu contohnya, menarik konsumen dengan konsep coworking space dan pelayanan unik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kompetensi komunikasi barista meningkatkan *Service Excellence* di Starbucks Grand Indonesia untuk membangun reputasi. Adapun konsep yang digunakan adalah 5 aspek yang mencakup keterbukaan, empati, dukungan, positif dan kesetaraan menurut Devito.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan dengan Teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi data.

Hasil dari penelitian ini adalah Barista menggunakan metode storytelling dan menunjukkan sikap pelayanan unggul melalui pendekatan humanistik yang mencakup keterbukaan, empati, dukungan, positif dan kesetaraan, membangun kepuasan pelanggan serta komunikasi efektif. Namun, terdapat hambatan komunikasi seperti kesalahpahaman akibat kesalahan pencatatan dan perbedaan bahasa. Pandangan pelanggan sangat positif terhadap barista, menggunakan komunikasi verbal dan non-verbal, termasuk gerakan tangan yang menunjukkan penghargaan terhadap pelanggan, serta sikap ramah dan perhatian.

**Kata Kunci:** Kompetensi komunikasi, Barista, Pelayanan Prima, *Starbucks*.

## **ABSTRACT**

*Name* : Rio Septyan  
*NIM* : 44220120021  
*Study Program* : Ilmu Komunikasi  
*Title Internship Report* : *Analysis of Communication Competence of Starbucks Grand Indonesia Baristas: An Effort to Improve Service Excellence*  
*Advisor* : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

*The coffee business in Indonesia, especially coffee shops, is growing rapidly. Although originating from America, coffee shops have great potential in Indonesia. Consumers of all ages make coffee part of their lifestyle, especially millennials. Coffee is now also a medium of communication that increases intimacy. In Jakarta, the development of Coffee Shop is very fast, such as Starbucks in Grand Indonesia mall. In 2016, there were around 3,000 coffee shops in Jakarta competing to attract customers. This competition encourages coffee shop owners to create unique strategies to attract and retain customers.*

*This research was conducted because the coffee business in Indonesia is growing rapidly, especially in big cities like Jakarta. Starbucks Grand Indonesia, for example, attracts customers with its coworking space concept and unique services. This research aims to analyze barista communication competence to improve Service Excellence at Starbucks Grand Indonesia to build reputation. The concept used is 5 aspects that include openness, empathy, support, positivity and equality according to Devito.*

*This research uses a qualitative approach with a qualitative descriptive method. Data were collected through interviews, observation and documentation. Data analysis techniques use data collection, data reduction, data presentation and conclusions with data validity techniques using data triangulation.*

*The results of this study are Barista using the storytelling method and showing superior service attitudes through a humanistic approach that includes openness, empathy, support, positivity and equality, building customer satisfaction and effective communication. However, there are communication barriers such as misunderstandings due to recording errors and language differences. Customers had a very positive view of the baristas, using verbal and non-verbal communication, including hand gestures that showed appreciation for the customers, as well as a friendly and caring attitude.*

**Keywords:** *Communication competence, Barista, Excellent Service, Starbucks.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Analisis Kompetensi Komunikasi Barista Starbucks Grand Indonesia: Upaya Meningkatkan Service Excellence” dapat selesai pada waktunya.

Adapun penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/i:

1. Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang terus membantu peneliti dan membimbing peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
2. Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Melly Ridaryanti Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom selaku Penguji ahli dalam siding skripsi.
6. Drs. Marwan Mahmudi, M,S.i selaku Ketua siding skripsi.
7. Yuliana selaku Ibunda tercinta penulis yang juga tidak luput memberikan doa dan semangat kepada penulis selama proses Pendidikan hingga selesai.
8. Syerli Haryati, SS, M.Ikom selaku Pembimbing Akademik yang memberikan Bimbingan selama periode Pendidikan berjalan selama ini.

9. Kepada informan Maulidea Arsivia, Dandy Wahyudin, Vitara Devi yang telah bersedia membantu peneliti dalam proses wawancara dan pengambilan data penelitian.
10. Rekan-rekan seperjuangan UMB, Doni, Tiara, Tia, Anggia, Ninggar yang terus memberikan doa dan semangat kepada penulis selama proses Pendidikan dan pembuatan Tugas Akhir.
11. Team *PULL&BEAR* yang bersedia memberikan dukungan waktu serta doa selama proses Pendidikan penulis.
12. Terima kasih kepada *Lady Gaga* terkhusus quote inspirasionalnya “*Don’t you ever let a soul in the world tell you that you can’t be exactly who you are*”. Juga kepada *BLACKPINK* terkhusus kepada lagu-lagunya yang menemani penulis untuk terus bersemangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini masih belum sempurna, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan Tugas Akhir Skripsi selanjutnya. Akhir kata penulis berharap agar Tugas Akhir Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa/i.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA Jakarta, 1 Januari 2025



Rio Septyan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.    Manfaat Teoritis .....	10
2.    Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis.....	22
2.2.1 Komunikasi.....	22
2.2.2 Kompetensi Komunikasi.....	23
A.    Kriteria Komponen Kompetensi Komunikasi.....	24
B.    Hambatan-hambatan Dalam Kompetensi Komunikasi .....	25
C.    Faktor Mempengaruhi Kompetensi Komunikasi .....	27
2.2.3 Public Relations .....	28
2.2.4 Barista .....	30
2.2.5 <i>Service Excellence</i> (Pelayanan Prima).....	32
2.2.6 Kepuasan Pelanggan.....	34

<b>BAB III.....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Data Primer .....	42
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Keabsahan Data.....	47
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Starbucks Coffee Indonesia .....	49
4.1.1 Sejarah Singkat Starbucks Coffee.....	49
4.1.2 Visi dan Misi Starbucks Coffee.....	49
4.1.3 Produk Starbuck Coffee.....	50
4.1.4 Logo Starbucks Coffee .....	51
4.1.5 Struktur Organisasi .....	52
4.1.6 Identitas Informan.....	55
4.1.6.1 Key Informan: Dandy Wahyudin .....	55
4.1.6.2 Informan: Maulide Arsivia .....	55
4.1.6.3 Informan: Vitara Devi Aryanti .....	56
4.1.6.4 Informan: Rohmatika.....	56
4.2 Analisis Hasil Penelitian .....	57
4.2.1 Kompetensi Komunikasi antara Barista dengan Pelanggan .....	57
4.2.2 Aspek Kompetensi Komunikasi Barista yang Efektif terhadap Pelanggan .....	59
4.2.3 Hambatan dalam Kompetensi Kominikasi Barista dengan Pelanggan.....	65
4.2.4 Proses Kompetensi Komunikasi Pelayanan Pelanggan .....	67
4.2.5 Reputasi Barista Coffe Shop Starbucks Grand Indonesia .....	69
4.3 Pembahasan .....	73
4.3.1 Jenis Komunikasi Barista terhadap Pelanggan.....	73
4.3.2 Membangun Reputasi Melalui Pelayan Prima.....	75

4.3.3 Profesionalisme Barista dalam menciptakan kenyamanan bagi Pelanggan	78
4.3.4 Proses Komunikasi dan Strategi Barista untuk Memuaskan Pelanggan	80
4.3.5 Pandangan Pelanggan terhadap Kinerja Barista	82
<b>BAB V</b>	<b>84</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>84</b>
5.1 KESIMPULAN	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	85
5.3.1 Saran Akademis	85
5.3.2 Saran Praktis	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>90</b>
1. Surat Permohonan Penelitian	90
2. Keterangan Penelitian PT Mitra AdiPerkasa	91
3. Transkrip Wawancara	92
4. Dokumentasi	107
5. Lembar hasil Uji Plagiasi	110
6. Curriculum Vitae	111



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data konsumsi kopi di indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Review barista starbucks grand indonesia .....	3
Gambar 1. 3 Data penjualan kopi di indonesia .....	5
Gambar 1. 4 Starbucks grand Indonesia west mall lt.G.....	6
Gambar 1. 5 Review starbucks grand indonesia .....	7
Gambar 4. 1 Logo starbucks .....	52
Gambar 4. 2 Struktur organisasi starbucks grand indonesia .....	53



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.1 Informan.....	40

