

# Eksistensi *Humble Coffee* Sebagai Sarana Komunikasi Interpersonal New Normal di Kota Palembang

Nurul Janna Savira<sup>1</sup>, Ani Murdiati<sup>2</sup> dan Muhammad Randicha Hamandia<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Raden Fatah; [nuruljannasavira74@gmail.com](mailto:nuruljannasavira74@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Raden Fatah; [enimurdiati\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:enimurdiati_uin@radenfatah.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Raden Fatah; [mrandichahamandia\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id)

**Abstrak:** Di kota Palembang minum kopi saat ini menjadi budaya baru dalam kehidupan masyarakat dan menjadi sebuah kebutuhan gaya hidup di semua kalangan khususnya kalangan milenial. Keberadaan *coffee shop* yang saat ini dengan mudah dapat dijumpai hampir setiap sudut jalan kota Palembang salah satunya *humble coffee* membuat keadaan pesaing dan juga diperlukan cara mempertahankan keberadaan yang baik bagi masyarakat di era new normal kota Palembang. Dalam melakukan komunikasi interpersonal, bahasa verbal atau non verbal sebagai indikator komunikasi barista ke pengunjung dan sesama pengunjung *humble coffee* menjadi wadah atau jembatan dalam sarana komunikasi. *Humble coffee* sendiri memberikan banyak peluang terbuka bagi individu-individu sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, berinteraksi satu sama lain, atau berdiskusi, baik secara terpisah atau dalam kelompok kecil, baik barista maupun tamu atau tamu individu. Kehadiran adalah interaksi yang unik, sesuatu yang menjadi atau ada seperti Humble Espresso yang sedang berlangsung. Pemeriksaan ini bergantung pada Humble Espresso yang merupakan salah satu bistro di Pakjo dengan hadirnya Humble Espresso yang sepenuhnya bertujuan untuk mencari tahu korespondensi relasional. Dalam merinci masalah dalam pemeriksaan ini adalah bagaimana “Eksistensi *humble coffee* sebagai sarana komunikasi interpersonal new normal di kota Palembang” juga, untuk mencari tahu dan memahami isu-isu apa yang dicari dalam melaksanakan espresso sederhana dalam korespondensi relasional di era baru. Strategi pemeriksaannya termasuk jenis eksplorasi, khususnya subjektif jelas, pemeriksaan ini dipimpin di Jalan Proklik Lorok Pakjo, Kawasan Ilir Barat I, Palembang. Narasumber pemeriksaan dalam kasus ini terdiri dari 3 golongan yaitu 5 orang saksi kunci yaitu 1 orang pengusaha sederhana yang menangani espresso dan 4 orang perwakilan rendahan espresso dan narasumber pendukung terdiri dari 3 orang yaitu tamu rendahan espresso. Prosedur pengumpulan informasi dilakukan melalui persepsi, pertemuan dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kopi sederhana masih ada di semua lapisan masyarakat.

**Kata Kunci:** Eksistensi, Humble Coffee, Komunikasi Interpersonal dan New Normal

DOI:

<https://doi.org/10.47134/pssh.v1i4.206>

\*Correspondensi: Nurul Janna Savira

Email: [nuruljannasavira74@gmail.com](mailto:nuruljannasavira74@gmail.com)

Received: 02-02-2024

Accepted: 15-03-2024

Published: 26-04-2024



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/>)

**Abstract:** In the city of Palembang, drinking coffee has now become a new culture in people's lives and has become a lifestyle necessity in all circles, especially millennials. The existence of coffee shops which can now easily be found on almost every street corner in the city of Palembang, one of which is humble coffee, creates a competitive situation and also requires a way to maintain a good existence for the community in the new normal era of the city of Palembang. In carrying out interpersonal communication, verbal or non-verbal language as an indicator of communication between the barista and the visitors and fellow visitors, Humble Coffee becomes a forum or bridge in the means of communication. Humble coffee itself provides many open opportunities for social individuals to gather, talk, write, read, interact with each other, or discuss, either separately or in small groups, both baristas and guests or individual guests. Presence is a unique interaction, something that becomes or exists like a Humble Espresso in progress. This examination relies on Humble Espresso which is one of the bistros in Pakjo with the presence of Humble Espresso which is

4.0/).

*one of the bistros in Pakjo with the presence of Humble Espresso which is entirely aimed at finding out relational correspondence. In detailing the problem in this examination is how "The existence of humble coffee as a new normal means of interpersonal communication in the city of Palembang" is also, to find out and understand what issues are sought in implementing simple espresso in relational correspondence in the new era. The inspection strategy included a type of exploration, especially clearly subjective, this inspection was conducted on Jalan Proklik Lorok Pakjo, Ilir Barat I Area, Palembang. The sources for the examination in this case consisted of 3 groups, namely 5 key witnesses, namely 1 simple businessman who handled espresso and 4 low-level representatives of espresso and supporting sources consisting of 3 people, namely low-level espresso guests. Information gathering procedures are carried out through perceptions, meetings and documentation. The results of this research show that simple coffee still exists in all levels of society*

**Keywords :** *Existence, Humble Coffee, Interpersonal Communication and New Normal*

## **Pendahuluan**

Korespondensi dapat terjadi apabila terdapat kedekatan antara individu pengirim pesan dan individu yang menerima pesan, maka korespondensi bergantung pada kemampuan kita untuk saling bertemu (korespondensi bergantung pada kemampuan kita untuk memahami satu sama lain) dan kemampuan untuk saling memahami. menyesuaikan diri dengan baik dengan pihak yang kita ajak bicara. Melalui korespondensi, mentalitas dan perasaan seseorang atau suatu kelompok dapat diketahui oleh berbagai pihak. Meskipun demikian, korespondensi mungkin berguna dengan asumsi pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan cara yang sama oleh penerima pesan (Hermawan, 2017:6). Korespondensi adalah cara paling umum untuk menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain yang bertujuan untuk memengaruhi informasi atau perilaku seseorang.

Suatu interaksi korespondensi tidak dapat berjalan tanpa bantuan komponen pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima manfaat (*recipient*), dan hasil/dampak (*impact*) (Hafied Cangara, 2018: 29). Korespondensi merupakan suatu siklus proporsional dimana pertukaran gambar atau tanda terfokus pada data, bimbingan dan pengaruh dan dilakukan untuk mendapatkan kesamaan pemahaman antara komunikator dan lingkungan social (Wilbur schramm).

Dalam bidang usaha peran komunikasi sangat lah penting untuk menjembatani proses interaksi baik antara karyawan maupun sesama pengunjung, dalam konteks ini usaha yang di lakukan yaitu dari salah satu cafe kopi yang menjadi salah satu daya tarik sendiri dari café yang lain ialah dari kopi nya. Kopi memiliki daya tarik tersendiri tidak sekedar menikmati sensasi pahit, manis atau sekedar tradisi budaya, bahkan banyak sekali tempat cafe yang semakin mudah di dapatkan, kopi di era sekarang banyak sekali yang menampilkan menu-menu terbaru dengan varian yang berbeda sebagai strategi pemikat pencinta kopi.

Keberadaan kopi menjadi semakin banyak dicari saat ini mendorong dan menawarkan segala sesuatu yang modern beragam jenis, rasa kopi dan layanan seiring

perkembangannya kopi membutuhkan sarana dan prasarana guna memfasilitasi dan memudahkan para pemikat (konsumen) mendapatkannya, perkembangan ini tentu saja sebagai hasil dari eksistensi yang terjadi di *café* dan juga masyarakatnya dimana *café* dianggap bagian dari kehidupan dan teman setia dari para pengemarnya, selalu menjadi tempat nongkrong favorit semua kalangan mulai dari rakyat biasa hingga kalangan atas minum dan duduk di *café*, tak heran bahwasanya *café* saat ini ramai dikunjungi kaum muda terkhususnya bagi mahasiswa yang biasanya mengerjakan tugas sambil nongkrong di *café*, dan saat ini tidak hanya didominasi oleh kaum lelaki dan orang tua saja tetapi sudah didominasi dari semua kalangan baik masyarakat umum maupun mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan.

Selain mencari suasana baru dibanding suasana rumah maupun kost, mengerjakan tugas di *café* dengan layanan fasilitas seperti koneksi internet dan makanan minuman berkumpul bersama teman dan menghibur satu sama lain, dengan konsep ruangan tema yang unik dan menghadirkan inovasi terbaru untuk sarana foto ramai *café* tersebut mengubah menjadi wadah atau ruang berdiskusi, rekreasi, untuk mengekspresikan diri, memunculkan suasana yang nyaman dan sederhana yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat umum.

*Café* tidak semata-mata tempat yang menyajikan kopi, bukan hanya tempat untuk makan dan minum saja *café* juga menjadi tempat pertemuan kerja terjadi, baik *Freelancer* dan klien, influencer dan juga banyak pembisnis lain, ini yang menjadi salah satu sarana komunikasi terjadi dimana baik klien dan pembisnis mencapai tujuan yang diinginkan, semua ini terlihat dari kecendrungan masyarakat yang menghabiskan waktu di *café* untuk memenuhi kebutuhan dari segi informasi. Komunikasi ini sering kali terjadi di *café* maupun di *café* yang hits zaman sekarang tempat-tempat inilah membuat para pembisnis mencari suasana yang baru dan nyaman, tidak bosan dengan suasana perkantoran, suasana baru dengan tambahan dekorasi dan juga makan dan minuman yang disajikan secara langsung oleh pelayan *café* atau *café*. Di *café* juga tidak hanya menyediakan kopi biasa tetapi juga varian non kopi dan juga minuman manis dengan macam-macam jenis dan dengan sajian makanan baik itu makanan yang berat maupun makan yang ringan. *Café* juga menjadi salah satu tempat anak-anak muda berkumpul silaturahmi, baik bertemu teman lama atau tempat anak muda berpacaran, *café* yang menarik dengan hiasan dan dekorasi menjadi daya tarik tersendiri yang bisa dijadikan tempat foto atau video guna kepentingan sosial media.

Bistro dapat diartikan sebagai tempat yang menjual makanan dan minuman. Bistro disebut juga toko yang buka hingga larut malam. Bistro umumnya berfungsi sebagai pusat kerjasama sosial yang menyediakan tempat untuk minum, berkumpul dengan teman, dan berinteraksi satu sama lain (Irwanti said). Harga kopi yang relatif murah menjadi pilihan teman perbincangan, mereka saling bertukar informasi, bertanya dan menambah setiap pengetahuan. Pada dasarnya apa yang disampaikan adalah suatu pengetahuan baru misalnya, di *café* seseorang dapat belajar bagaimana cara memulai pembicaraan dengan lawan bicara, belajar memainkan bahasa dan basa-basi yang berguna hanya untuk mempererat hubungan.

Cafe di kota Palembang salah satunya adalah café humble coffee yang memiliki keunggulan dalam café karena menyediakan banyak sekali varian kopi dan memberikan fasilitas yang sangat baik untuk pelanggan yang berkunjung. Selain itu, karena *Unsumption Espresso Bistro* terletak di lokasi yang terbuka bagi para tamu, khususnya para profesional sehingga mereka dapat mengakses dan memimpin penelitian, namun saat ini di seluruh dunia telah muncul penyakit virus, yaitu Khususnya pada tahun 2020 ada sensasi dengan maraknya infeksi lain yang disebut Crown (*Coronavirus*). Infeksi ini bermula dari Tiongkok dan muncul sekitar akhir tahun 2019. Di Indonesia, kasus utama ditemukan pada Walk 2 2020. Kasus virus corona di Indonesia terus bertambah dan kini semakin menurun. Hal tersebut tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, namun selain di bidang keuangan, industri perjalanan, termasuk pelatihan. Untuk membatasi penyebaran Covid di Indonesia, pemerintah telah memilih untuk menutup segala bentuk aktivitas yang berdampak pada banyak orang, seperti aktivitas pendidikan dan pembelajaran di sekolah atau lapangan

Penyakit Covid 2019 (*Coronavirus*) merupakan salah satu penyakit menular yang diingat oleh kelompok Covid, khususnya penyakit yang mencemari saluran pernafasan makhluk hidup. Namun, karena perubahan keturunan yang terjadi pada infeksi tersebut, infeksi ini kini tidak hanya siap menginfeksi hewan, tetapi juga manusia. Penyebaran penyakit ini sangat cepat sehingga menyebabkan wabah yang membuat heboh masyarakat internasional karena mampu menulari jutaan orang. Merebaknya penyakit telah mengganggu hampir seluruh masyarakat, termasuk masyarakat Indonesia, dalam segala aktivitasnya, baik dari segi finansial maupun pendidikan. Banyak perwakilan yang diberhentikan dan sekolah, toko, dan bistro membatasi pertemuan tatap muka. Namun, semua metode alternatif digunakan untuk menahan infeksi mengerikan yang tersebar luas. Menurut Asosiasi Kesehatan Dunia (WHO), mulai 8 Desember 2019, Tiongkok menjadi negara pertama yang mengkonfirmasi kasus virus Corona. Kemudian, kasusnya terus meningkat hingga terdapat sekitar 39 juta kasus positif virus Corona yang tersebar di 189 negara, dimana Amerika menjadi negara dengan kasus virus Corona tertinggi, setelah Brazil dan India. Sementara itu, Indonesia per 1 November 2020 telah mencapai 412.784 kasus positif virus Corona, 341.942 dinyatakan sembuh dan 13.934 meninggal (erlina burhan et al., 2022:1).

Pandemi virus Corona selama beberapa tahun terakhir telah menyebabkan masalah medis serta mengganggu perekonomian dunia. Industri perjalanan adalah salah satu bidang yang paling terkena dampak pandemi virus Corona. Dampak pandemi virus Corona terhadap industri pariwisata adalah berkurangnya jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Selain itu, hal ini juga berdampak pada berkurangnya gaji masyarakat mulai dari bidang industri perjalanan. Tantangan yang harus dihadapi para pelaku industri di bidang industri perjalanan adalah mampu beradaptasi dengan kecenderungan wisatawan baru dan tetap mematuhi protokol kesehatan yang direkomendasikan oleh pemerintah. Hal ini cukup sulit bagi para pelaku industri yang bekerja di bidang industri perjalanan di Indonesia untuk memiliki pilihan yang tepat di

tengah pandemi ini. Meskipun merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak pandemi ini, sektor industri perjalanan harus segera membaik dan pulih secara finansial.

Untuk mengatasi kesulitan di bidang industri perjalanan selama pandemi virus Corona dan membangun kembali perekonomian masyarakat, sistem diharapkan mampu mengatasi dan memulihkan diri. Salah satu teknik yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan dalam promosi, pencarian sektor usaha baru, dan jaminan keamanan dari bahaya virus Corona. Hal ini akan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung dan tetap mematuhi protokol kesehatan agar tidak terkena virus Corona. Selain itu, industri travel di Indonesia diyakini bisa bangkit setelah 2 tahun terpuruk akibat pandemi virus corona (Reihan Perdana).

Langkah demi langkah peningkatan kasus positif virus Corona di Indonesia adalah untuk mencegah penularan penyakit ini. Masyarakat dihimbau untuk menerapkan gaya hidup sehat dengan melakukan protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan dengan pembersih dan air mengalir, melakukan jarak sosial, dan lain sebagainya. Selain itu, pemerintah di kabupaten-kabupaten tertentu juga memilih untuk menutup akses di seluruh wilayah tersebut atau yang disebut dengan lockdown.

Menurut Assembled Countries atau PBB, dunia pendidikan adalah salah satu dari banyak bidang yang terkena dampak pandemi virus Corona di seluruh dunia terlepas dari sudut pandang keuangan. Jadi, beberapa negara, termasuk Indonesia, menutup mata terhadap sekolah. Pada pertengahan hingga akhir tahun 2020, virus Corona masuk ke Indonesia, menghambat aktivitas masyarakat di seluruh dunia, mendorong semua orang untuk tinggal di rumah dan melepaskan diri untuk menghindari infeksi, terutama aktivitas yang berhubungan dengan bisnis untuk mendapatkan penghasilan yang cukup untuk membayar tagihan.

Pandemi ini mengharuskan setiap orang untuk cepat beradaptasi dengan pola hidup baru, serta konvensi kesejahteraan, seperti menjaga jarak, selalu memakai penutup saat bepergian, selalu mencuci tangan atau menggunakan hand sanitizer, dan menjaga daya tahan tubuh dengan nutrisi atau campuran yang ditanam di rumah sering kali diekspresikan. Dengan adanya infeksi ini, perlu dipahami bahwa tidak semua jenis pergerakan dibatasi, namun pelaksanaannya dikurangi atau diubah untuk menghindari kerumunan karena hal ini berpotensi menyebarkan virus Corona.

Pemerintah Indonesia sendiri juga sudah mengambil kebijakan sendiri dengan memberikan pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), melakukan pembatasan aktivitas lokal, menjaga isolasi dan selanjutnya melakukan pembatasan aktivitas lokal yang merupakan strategi Pemerintah Indonesia sejak awal tahun 2021 untuk menangani pandemi virus corona di Indonesia. Sah sampai waktunya. Undang-undang tidak resmi nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan virus Corona telah menyatakan bahwa PSBB dilakukan, salah satunya dengan menutup lingkungan kerja, namun hal tersebut di luar jangkauan dunia usaha. dunia untuk terus melakukan pembatasan, maka roda perekonomian harus tetap berjalan.

Kunjungan pekerja dalam jangka waktu lama dinilai dapat membuat perekonomian terhenti. Sebelum diberlakukannya pembatasan kegiatan daerah, Pemerintah telah melaksanakan pembatasan sosial skala besar yang terjadi di berbagai daerah di Indonesia. Selama pandemi virus Corona, baik organisasi kecil, menengah maupun organisasi besar mengalami banyak perubahan. Hal ini menyebabkan organisasi kecil dan menengah serta organisasi besar mengalami kemalangan dan ada pula yang sangat dekat. Dengan keadaan bistro di masa pandemi virus corona, di masa pandemi ini omzetnya menurun jauh dibandingkan sebelumnya, banyak sekali para pebisnis yang mengalami musibah di dunia usaha, yang lebih parah lagi, mereka hampir menutup bistro tersebut karena tidak ada pengunjung.

Di Kota Palembang dinyatakan siap melaksanakan permintaan biasa lainnya, yang kini mulai menghadirkan era kehidupan lain di mana masyarakat akan melakukan aktivitas khas dengan fokus pada konvensi penanggulangan di tengah pandemi virus corona (Wulandari dinda). Beberapa bentuk perubahan atau transformasi baru yang kemudian melahirkan istilah "*new normal*" yakni perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan virus *covid-19*, Pemerintah menerbitkan protokol normal baru (*new normal*) dalam menghadapi pandemi virus corona atau *covid-19* yang diatur dalam keputusan menteri kesehatan.

Yang mana implementasi *new normal* di atur dalam keputusan menteri kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian *Covid-19* di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi (Muhammad idris). Pembisnis mencari solusi agar café nya tetap bukan dan bisa menarik perhatian pelanggan. Dari itu pembisnis berlomba – lomba untuk menunjukan keberadaan dari café nya. Keberadaan dari sebuah café sangat lah penting dalam keadaan setelah pandemi *covid-19*. Dengan persoalan *new normal* café ini sedang di pertanyakan ke eksistensinya, apakah keberadaan *humble coffee* masih tetap eksis sebagai dalam usaha mikro menengah (UKM) di kota Palembang. Peneliti ini difokuskan untuk meneliti tentang keberadaan *humble café* harus mengetahui apa saja dampak yang muncul dan hal yang dialami selama *new normal* ini maka dengan ini peneliti mengangkat judul tentang Eksistensi *humble caffè* sebagai sarana komunikasi *interpersonal new normal* di kota Palembang dan melihat dan mewawancara pengunjung *humble café* dan penilaian dari pelanggan.

Dalam pengujian ini, saya mengambil hipotesis perdagangan sosial Thibaut dan Kelly, yang mana dalam hipotesis ini masuk akal bahwa model ini memandang contoh hubungan relasional seperti pertukaran pertukaran. Hadiah adalah hasil apa pun yang dipandang pasti diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Hadiah dapat berupa uang tunai atau bentuk apresiasi lainnya. Jadi penghargaan untuk setiap individu adalah unik. Bagi individu yang mengalami kesulitan keuangan, hadiah berupa uang tunai memiliki nilai yang sangat tinggi. Sejalan dengan itu, seseorang dengan sengaja menjalin pergaulan dengan orang lain, selama hadiah yang lazim berupa gaji atau uang dapat dipahami, namun bagi individu yang kini sudah sejahtera secara finansial, sambil menjalin

pergaulan dengan orang lain, hal yang umumnya diantisipasi bukanlah hal yang baik. Bukan kompensasi dalam bentuk uang tunai, namun sebagai apresiasi dan pengakuan sosial (Aw suranto, 2011: 36).

Mengapa saya mengambil teori ini karena tentang eksistensi humble cafe sebagai sarana komunikasi interpersonal baik tentang keberadaannya saat terjadinya pandemi *covid-19* ini dan menuju new normal berdasarkan data yang diperoleh situasi dan keadaan ini yang ingin saya teliti karena menarik minat pengunjung di new normal seperti saat ini sangat penting bagi cafe humble coffe dalam proses korespondensi yang telah membentuk perdagangan sosial, di mana selama perdagangan sosial berlangsung terdapat pertukaran kepentingan yang umumnya berguna dalam latihan korespondensi relasional antara barista dan klien yang menghasilkan keandalan klien pada humble coffe di kota Palembang.

Peneliti ini penting dilakukan karena peneliti ingin melihat bagaimana Eksistensi humble coffe sebagai sarana komunikasi interpersonal new normal di kota Palembang dalam mengetahui keberadaan di masa new normal yang sangat berdampak perekonomian di Indonesia. Dengan demikian eksistensi sangat penting dalam mengetahui dan mengatasi hal yang terjadi dan mempromosikan dan juga menarik minat masyarakat agar ramai pengunjung. Bukan hanya itu juga peneliti ingin mengupas tentang keberadaan dari usaha menengah kecil dari café yang ada di kota Palembang khususnya pada café humble coffee. Kehadiran bistro sederhana sebagai ruang publik kini telah memberdayakan masyarakat umum untuk mendapatkan data yang semakin tepat. Humble Bistro sebagai ruang publik daerah setempat dapat berfungsi sebagai tempat berkumpulnya masyarakat lapisan bawah dan atas. Humble Bistro sebagai ruang publik di kota Palembang pada dasarnya merupakan sebuah karya untuk menjawab permasalahan ruang publik saat ini. Bukan hanya sekedar sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan minum espresso, melepas penat, mencari hiburan dan bersantai, namun telah berubah menjadi ruang publik yang dapat membuka pintu terbuka bagi individu untuk mengkaji permasalahan sosial tanpa hambatan dan lugas di bistro (tri, 2016).

## Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian dengan judul Eksistensi humble coffe sebagai sarana komunikasi interpersonal new normal di kota Palembang merupakan penelitian yang akan mengungkapkan keberadaan coffe yang menjadi sarana komunikasi bagi masyarakat kota Palembang di café humble coffee Pada masa pandemi virus corona, teknik atau strategi yang digunakan dalam siklus pemeriksaan adalah meneliti keadaan atau keadaan, maka jenis eksplorasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah pemeriksaan subyektif yang bertujuan untuk menyelidiki, mengarang atau memahami pentingnya di balik dunia nyata, pemeriksaan subyektif. strategi bergantung pada dunia nyata atau peristiwa yang terjadi dilapangan. dalam penelitian ini metode yang di gunakan digunakan oleh penelitian yaitu metode deskriptif karena berusaha untuk mendeskripsikan peristiwa atau kejadian-

kejadian yang sedang terjadi saat ini dan analisis berusaha menggambarkan peristiwa atau kejadian-kejadian yang akan menjadi fokus perhatian tanpa memberikan cara berperilaku yang jelas, dan dalam eksplorasi ini dikenang untuk kelas penelitian lapangan, pakar telah menyusun Langkah-langkah yang harus dilakukan dengan memulai dari permasalahan, menentukan pengurutan data yang diperlukan, memutuskan sistem pengumpulan informasi melalui persepsi, penanganan data atau informasi dan mencapai penentuan penelitian.

Eksplorasi ini menggunakan metodologi subyektif, yaitu metodologi yang ekspansif, tidak terlalu mendetail, biasanya tidak mengakui suatu gagasan, dan memberikan kemungkinan terjadinya perubahan kapan pun realitas yang lebih mendasar, menarik, dan sangat signifikan dilacak dalam lapangan. dengan teknik yang tidak diragukan lagi. Menurut Creswell, pemeriksaan subjektif adalah gambaran yang membingungkan, melihat kata-kata, laporan yang pasti dari sudut pandang responden, dan memimpin penyelidikan dalam keadaan normal. Subyektif mengisyaratkan bahwa siklus tersebut terkonsentrasi secara eksplisit atau dapat dikatakan belum diperkirakan mengenai jumlah, daya atau jumlah. Pemeriksaan subyektif berisi pilihan-pilihan informasi atau kenyataan yang ditemukan di lapangan untuk memberikan gambaran menyeluruh. Pemanfaatan strategi grafis ini berarti menggambarkan efek samping atau kondisi yang diteliti, dan diharapkan dapat memperkenalkan realitas dan kejadian secara sengaja dan tepat.

## Hasil dan Pembahasan

Dari hasil wawancara dalam penelitian ini justru menemukan hal yang sebaliknya, perkembangan trend humble coffe yang di mengikis nilai interior sederhana sedemikian mungkin untuk menarik minat masyarakat dari segala usia ini lah yang membuat humble coffee di kenal ddi semua kalangan dan di akui keberadaannya. Dengan nilai *privitisme* dimana orang-orang justru lebih senang menghabiskan waktunya untuk berdiskusi di humble coffe daripada di rumah, seperti yang dilakukan oleh ketiga informan dengan rekan-rekan wartawan lainnya. Jadi, para informan disini melihat humble coffe sebagai satu paket, dimana selain menyediakan cita rasa kopi yang nikmat, juga fasilitas yang memadai serta hubungan sosial yang bisa terjalin dengan baik. Komunikasi Barista memiliki peran yang vital ketika berkomunikasi dengan pelanggan. Barista harus memiliki kemampuan komunikasi yang efektif untuk membuat pelanggan terkesan. Dengan begitu, keberadaan coffee shop akan tetap terjaga. barista dengan customer berinteraksi secara langsung tanpa perantara apapun, karena agar tidak terjadi miss communication dalam pemesanan. Dari hasil wawancara dengan Head Barista humble coffe yaitu barista berkomunikasi langsung dengan customer dirasa sangat efektif, karena live communication, jadi komunikasi secara langsung dua arah dengan customer agar lebih praktis dan juga tidak terjadi *miss communication*. Barista humble coffe menuturkan ketika customer pertama kali berkunjung ke humble coffe, mereka kebingungan untuk memesan apa. Barista harus punya kepekaan dan cepat menangkap ekspresi customer, dan berikutnya menawarkan menu yang cocok. Ketika sudah terlalu lama memilih menu, Barista berinisiatif menawarkan pilihan menu yang sesuai atau



cocok, kemudian menjelaskan yang dimaksud si customer. Jika customer tersebut tidak paham, dan menanyakan customer ingin minuman seperti apa. Dalam perspektif Teori Komunikasi *interpersonal*, agar pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan (lawan bicara), maka efektivitas komunikasi antar pribadi dapat dinilai dalam lima kualitas umum yang dipertimbangkan, yakni keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*) dan kesetaraan (*equality*).

Efek dari realisasi Caffe menginspirasi sub kultur baru, Pada awalnya ngopi di café hanyalah sebuah kebiasaan masyarakat untuk mengisi waktu di sela-sela aktivitas kerja. Akan tetapi pada perkembangannya ngopi di warung kopi menjadi gaya hidup yang trend bagi warga Kota Palembang. Berdasarkan pengamatan, gaya hidup demikian melahirkan beberapa komunitas seperti komunitas thifthing, komunitas Caffe, komunitas entrepreneurship, komunitas pecinta club sepakbola dan lagi tren di warga kota ialah komunitas thifthing. Terbentuknya komunitas melalui cafe tidak lepas dari pertemuan-pertemuan yang membahas atau mendiskusikan kepentingan bersama agar bisa eksis. Komunitas dilatarbelakangi karena kesamaan hoby, profesi dan pencarian identitas dan yang menarik dari komunitas tersebut ialah komitmen yang dibangun bersama yang memiliki tujuan. Aktivitas komunitas seperti berkumpul dan berdiskusi bahkan mengadakan suatu kegiatan, selalu menggunakan café sebagai medianya. Terlepas dari berbagai macam konsep ataupun style tempat ngopi, ternyata di dalamnya memunculkan sebuah komunitas baru sebagai implikasi logis terciptanya café tersebut. Selain ukhuwah di dalam komunitas ini terasa kental, ekspresi dan perilaku keberagaman pun menjadi plural, secara radikal ataupun konservatif sebagai proses sosial yang mempengaruhi status keagamaan dan perilaku ritual individu. Komunitas tersebut memiliki pemahaman yang unik, keyakinan yang berbeda dan perilaku yang terkesan bebas nilai. Kontradiktif dengan realitas sosial yang biasa terjadi di dalam masyarakat umum dengan balutan dengan nilai-nilai yang normatif, baik nilai sosial, nilai budaya ataupun nilai religius.

Hasil observasi pada komunikasi verbal yang dilakukan oleh Barista dan customer di humble coffee, merupakan komunikasi secara langsung atau bertatap muka dan menghasilkan sebuah feedback, yang dimana ketika seorang customer menghampiri bar untuk memesan minuman atau makanan, dan menanyakan terkait menu yang tertera, disitulah terjadi komunikasi verbal yang terjadi antara barista dengan customer. Selain komunikasi verbal, hasil obeservasi pada komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh Barista dan customer di humble coffee, merupakan komunikasi tanpa menggunakan kata-kata atau bisa disebut juga dengan gerakan tubuh, bahasa tubuh, kedipan mata dan lainnya, yang dimana ketika seorang customer sudah mendapatkan tempat duduk, dan merasa perlu tambahan atau complain, ketika itu customer mengacungkan tangan dan mengarah ke seorang barista, dan disitulah terjadi kontak mata antara barista dan customer, sehingga seorang barista pun langsung menghampiri karena merasa terpanggil.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pertukaran sosial yang nantinya akan menjadi acuan penelitian. Pembahasan ini dilakukan dengan cara mengonfirmasi

yang temuan yang diperoleh dilapangan dengan menggunakan teori yang telah ditetapkan. Konfirmasi temuan dengan teori merupakan sebuah tahap untuk menentukan apakah teori tersebut masih relevan atau malah berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan. Berikut penjelasan mengenai konfirmasi hasil temuan dengan teori. Teori pertukaran sosial merupakan teori komunikasi interpersonal yang terpusar pada hubungan. Dalam teori pertukaran sosial, tindakan-tindakan dan keputusan-keputusan didasarkan pada persepsi- persepsi mengenai biaya-biaya (apa yang diperoleh hubungan) dan imbalan-imbalan (apa yang diperoleh dari sebuah hubungan). Gagasan bahwa interaksi interpersonal diatur oleh perhitungan biaya-biaya, imbalan-imbalan adalah penting untuk teori pertukaran sosial.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara mengenai eksistensi di humble coffee sebagai sarana komunikasi interpersonal new normal di kota Palembang dengan menggunakan teori pertukaran sosial, maka peneniliti dapat ditarik kesimpulan bahwa Mengenai humble coffee ini sangat terkenal dan di minati seluruh kalangan masyarakat kota Palembang khusus nya anak -anak muda yang ada di Palembang yang menjadi tempat favorit orang untuk bertukar informasi dan juga tempat bersantai sembari meminum coffee dan juga budget yang di keluarkan sesuai dengan kantong anak muda. Komunikasi yang terjadi di humble coffe sangat lah berperan penting dalam menjambati seseorang untuk menukar informasi, curahan hati, masalah pribadi dan juga hanya sekedar tempat mengerjakan tugas kerjaan atau kuliah yang menjadi point utama dan menjadi kan humble coffe sengat lahh di akui keberadaan nya dan bermanfaat bagi masyarakat kota Palembang. Pandemi covid 19 juga menjadi kendala yang harus di hadapi beberapa tahun belakang dengan adanya peraturan Pemerintah yang tidak memperbolehkan jam malam itu juga dapat menghambat atau mengurangi pengunjung yang datang dan dengan adanya peraturan baru sesuai undang-undang pemerintah kendala ini sudah meredah dengan adanya new normal di kota Palembang.

## Daftar Pustaka

- Aksara LPM, *Fakultas Warung Kopi*, Warung Bagong: Guepedia, 2019
- Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, Jakarta: Kencana, 2017
- Arifin anwar, *Ilmu komunikasi: sebuah pengantar ringkas*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2016
- Aw Suranto, *Komunikasi Intepersonal*, Yogyakarta; Graha Ilmu, 2011
- Ayu Ratu, 2021, *Strategi komunikasi pemasaran pada kedai join kopi bulungan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin,
- Bagus Adi Prasetyo, 2018, Skripsi: *"Eksistensi Sosial Budaya Petani Kopi Rakyat Kecamatan Silo Kabupaten Jember"* Jawa barat: Universitas jember
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010)

- 
- Erlina Burhan, et al., *"Pedoman Tatalaksana Covid-19 Ed 4"*, ( Jakarta:Perhimpunan Dokter Paru Indonesia (PDPI),2022
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Hermawan Agus, *"Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Malang"*, (Jakarta: Erlangga) , 2017
- Hikmahidi, Tri, 2016. *"Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Dan Sumber Informasi Bagi Profesi Wartawan di Kota Padang"*, (Padang :Universitas Andalas)
- Imroatun Muawanah, 2019, skripsi: *"Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro"*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri)
- Ismawati doembana, 2017, *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*, (yogyakarta: Zahir Publishing)
- Kalean, 2012, *Metode Penelitian Kulaitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta: Paradigma) KKN DR SISDAMAS Kelompok 365, 2021, *"Masyarakat Berdaya Menuju Era New Norrmal Adaptasi Kebiasaan Baru,"* (Bandung: LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Ramaja Rosdakarya), 2011
- Muhammad Budyatna, *Teori-teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*
- Muhammd Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani), 2006
- Mulyana Asep, Gita Rikky, *Komunikasi keperawatan*, Tasikmalaya: Langgam Pustaka, 2021
- Nurdin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Poppy Ruliana, Lestari Puji, *"Teori Komunikasi ed.1 cetakan ke 1"* Depok: Rajawali Pers, 2019
- Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2017
- Reza fajar zein, 2017, Skripsi: *"Strategi komunikasi pemasaran pada kedai join kopi bulungan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan"* (Jakarta: Universitas prof. Dr. Moestopo)
- Romat Kurnia, Deddy Subandi, 2017, *Kamus Populer Bahasa Indonesia*, (Cibubur: Bee Media pustaka)
- Ruliana Poppy, Lestari Puji, *Teori Komunikasi ed.1 cetakan ke 1*, Depok: Rajawali Pers, 2019
- Santoso Galih, 2021, *"Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Konsumen Dalam Pelayanan Jasa Di Niti Samasta Coffeshop"*, (Surakarta:Universitas Muhammadiyah),
- Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka
- Suratmi Nanik, *Multicultural: Karya Pelestarian Kearifan Lokal Kesenian Barongsai Lion*, Malang: Media Nusa Creative, 2016
- Yudi Hanif Raja dkk ,*Teori Komunikasi Dalam Praktik*, Jawa Tengah: Zahira Media Publisher, 2020