

Proses Komunikasi Barista & Pelanggan di Café More Wyata Guna

Muhammad Arsy Pratama*, Tia Muthiah Umar

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*arsypratama1@gmail.com, muthiahumar@gmail.com

Abstract. Communication is a process in which a person or individual aims to connect with the surrounding environment and other people and in communication there is also a process of sorting and selecting and sending symbols. However, sometimes in communication there are several obstacles which are based on misunderstanding factors between communicator with communication caused by several factors, one of which is a person's physical limitations, namely someone who has limited vision or is blind. Interpersonal communication is described as communication between two individuals in which the individuals physically interact with each other, providing feedback to each other. Interpersonal communication is communication that forms relationships with other people. Berlo, stated that communication is something that is full of success if the recipient of the message has a meaning for the message that the meaning received is the same as what was intended. This research uses an interpretive and constructive paradigm, uses qualitative research methods and a case study approach. Based on the results of this research, the verbal and non-verbal communication process between blind baristas and customers has a unique way, different from other individuals. However, the visually impaired barista must use senses and other supporting tools to assist in communicating with more wyata guna café customers.

Keywords: *Communication Process, Interpersonal Communication, Blind.*

Abstrak. Komunikasi merupakan suatu proses dimana seorang atau individu, yang bertujuan untuk dapat terhubung dengan lingkungan sekitar dan orang lain dan dalam komunikasi juga terdapat suatu proses menyortir dan juga memilih dan mengirim simbol-simbol, Tetapi terkadang dalam komunikasi terdapat beberapa hambatan yang didasari oleh faktor kesalahpahaman antara komunikator dengan komunikan yang disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah keterbatasan fisik yang dimiliki oleh seseorang yaitu seseorang yang memiliki keterbatasan dalam melihat atau mengidap tunanetra. Komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu yang mana individu-individu tersebut secara fisik saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain. komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang membentuk hubungan dengan orang lain. Berlo, mengemukakan bahwa komunikasi sebagai suatu hal yang penuh keberhasilan jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut bahwa makna yang diterima sama dengan apa yang dimaksud. Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktif, menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis pendekatan studi kasus. pada hasil penelitian ini proses komunikasi verbal dan non verbal barista penyandang tunanetra dengan pelanggan memiliki cara yang unik berbeda dengan individu lainnya. Tetapi barista penyandang tunanetra ini harus menggunakan Indera dan alat penunjang lainnya dalam membantu dalam komunikasi dengan pelanggan café more wyata guna.

Kata Kunci: *Proses Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Tunanetra.*

A. Pendahuluan

Café merupakan sebuah tempat berkumpul sejumlah orang untuk menikmati sebuah minuman atau makanan, yang pada umumnya masyarakat lebih banyak memesan sebuah minuman kopi yang bertujuan untuk menemani obrolan dengan berkomunikasi dengan satu sama lain, dan dalam café tersebut juga terdapat orang-orang yang bekerja membuat kopi dan melayani pengunjung, dan karakter orang yang bekerja di café memiliki karakter atau keadaan seperti pada umumnya.

Tetapi café More Wyata Guna memperkerjakan karyawan yang memiliki keterbatasan yakni orang yang menyandang tunanetra, café ini memiliki ciri yang unik dibandingkan café lain pada umumnya karena di café ini orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi tetapi pada perjalanan café ini tidak memiliki kendala apa pun yakni komunikasi dengan pelanggannya, ini merupakan sebuah hal yang sangat luar biasa dalam proses komunikasi khususnya.

Café ini telah diluncurkan sejak 13 Desember 2019, lokasi berada di dalam kompleks Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik (BRSPDSN) Netra Wyataguna, Jalan Pajajaran No. 50 Pasir Kaliki, Kecamatan Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat. Café ini dikelola oleh BRSPDSN Wyataguna dibawah Kementerian Sosial Republik Indonesia bekerja sama dengan Siloam Center for The Blind of Korea, dengan moto “secangkir kopi yang anda bayar adalah dukungan bagi penyandang Disabilitas”. Uniknyanya cafe ini mempekerjakan semua perempuan Disabilitas Netra Low Vision dan sebuah pesan dari barista Netra di meja pengunjung meminta untuk mengambil pesannya sendiri jika sudah dipanggil oleh barista Netra Low Vision. “Kakak, terima kasih bantuannya untuk memesan dan mengambil orderannya langsung di tempatnya. Karena barista kami adalah penyandang Disabilitas Tunanetra”.

Cafe More Wyataguna didirikan dengan tujuan untuk memberikan kesempatan kerja bagi penyandang Disabilitas Netra terutama perempuan sebagai barista setelah mengikuti pelatihan dan sertifikasi, karena selama ini Disabilitas Netra masih sering di identikkan dengan profesi terapis pijat, padahal Disabilitas Netra dengan profesi lain pun banyak. Jadi, dengan adanya Cafe More, bisa jadi alternatif profesi bagi Disabilitas Netra.

Peneliti mengamati bahwasanya ini merupakan sebuah terobosan dalam upaya menghargai satu sama lain dalam dunia pekerjaan karena dalam siklus kehidupan tidak hanya mempekerjakan orang-orang pada umumnya, tetapi kita memiliki teman-teman yang memiliki keterbatasan fisik sehingga kita sebagai manusia harus bisa membimbing atau membantu teman-teman kita yang memiliki keterbatasan sehingga teman-teman kita yang memiliki keterbatasan maupun kekurangan dapat terbantu dan dapat menjalani kehidupan seperti kehidupan manusia normal pada umumnya, dan tidak merasa dibedakan dalam kegiatan sehari-hari. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “PROSES KOMUNIKASI BARISTA & PELANGGAN DI CAFÉ MORE WYATA GUNA”.

B. Metodologi Penelitian

Paradigma Kosnruktivisme merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial yang dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutic.

Pendekatan yang dilakukan adalah studi kasus. Judul penelitian yang penulis ambil adalah konten kuliner di Instagram, yang dimana judul yang diambil peneliti kali ini berkaitan dengan metode kualitatif karena peneliti ingin meneliti lebih dalam terkait proses komunikasi yang terjadi antara barista penyandang tunanetra dengan pelanggan Café More Wyata Guna.

Dengan pendekatan studi kasus, Menurut Yin (2009), metode penelitian studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian yang menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* atau *why*, sedikit waktu yang dimiliki peneliti untuk mengontrol peristiwa yang diteliti, dan fokus penelitiannya adalah fenomena kontemporer, untuk melacak peristiwa kontemporer. Pada metode studi kasus, Beberapa langkah-langkah penelitian, dan

teknik pengumpulan data yang dilakukan pada metode studi kasus adalah (Yin, 2009)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam proses komunikasi verbal Faisal sering melakukan percakapan langsung, komunikasi verbal tetap menjadi bagian penting. Faisal dapat berbicara langsung dengan orang lain, dan mereka memahami pesan dengan merespons suara dan intonasi. Percakapan langsung membantu dalam membangun hubungan sosial dan memahami situasi sekitar.

Pendengaran menjadi salah satu indera utama yang digunakan dalam komunikasi. Faisal mendengarkan suara lingkungan, percakapan, musik, atau petunjuk verbal. Keterampilan pendengaran yang baik membantu mereka dalam memahami situasi sekitar dan berkomunikasi dengan orang lain.

Faisal mendengarkan suara lingkungan, percakapan, musik, atau petunjuk verbal. Keterampilan pendengaran yang baik membantu mereka dalam memahami situasi sekitar dan berkomunikasi dengan orang lain. Ada juga faktor lain dalam proses komunikasi barista dengan pelanggan yakni bahasa tubuh dan gestur.

Faisal masih dapat menggunakan bahasa tubuh dan gestur untuk berkomunikasi. Hal ini termasuk gerakan tangan, posisi tubuh, atau ekspresi wajah yang dapat mengekspresikan perasaan atau memberikan informasi tambahan. Juga menggunakan beberapa bahasa tubuh lainnya seperti senyum dan juga menggunakan pakaian yang rapih sehingga pelanggan bisa nyaman berkomunikasi dengan barista. Dan juga ada alat penunjang untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Dalam bertugas faisal sangat mengandalkan penggunaan teknologi seperti alat bantu karena menjadi sangat penting dalam bertugas. Faisal dan barista lainnya dapat menggunakan perangkat bantu seperti pembaca layar, perangkat lunak suara, atau perekam suara untuk membantu mereka berkomunikasi dan mengakses informasi. Ada pun faktor lainnya seperti pemahan lingkungan.

Pemahaman Lingkungan, Faisal memiliki kemampuan untuk memahami lingkungan sekitar melalui indra lainnya. Mereka dapat merespons suara lingkungan, langkah kaki, atau perubahan udara untuk memahami situasi dan mengadaptasi perilaku atau respons mereka. Pemahaman lingkungan sangat penting karena barista perlu memahami karakteristik lingkungan café dan pelanggan karena untuk memberikan efektifitas dalam komunikasi dan tak hanya barista tetapi pelanggan café pun harus memahami kondisi dari barista tersebut.

Faisal mengambil inisiatif untuk berkomunikasi secara proaktif. Mereka bisa menyapa pelanggan, memberikan informasi tentang menu, atau memberikan petunjuk kepada rekan kerja. Kerja sama dengan barista lainnya merupakan sebuah hal penting dalam menjalani pekerjaan sehingga komunikasi pun akan berjalan dengan efektif. Dan penggunaan bahasa yang jelas pun sangat diperlukan dalam melakukan pekerjaan sebagai barista.

Penggunaan Bahasa Verbal yang Jelas, Faisal dapat menggunakan bahasa verbal yang jelas dan terperinci. Ini mungkin termasuk memberikan instruksi dengan detail, menjelaskan menu dengan baik, dan memberikan informasi secara rinci untuk memastikan pemahaman yang baik. Dan penggunaan indra pendengaran dan perabaan sangat diperlukan.

Keterampilan verbal dan non verbal yang berarti, gaya komunikasi Faisal bisa mencakup penggunaan keterampilan berbicara yang baik dan intonasi yang berarti. Ini membantu dalam mengekspresikan emosi, menjelaskan menu dengan gaya yang menarik, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

Faisal selalu memanfaatkan pendengaran dan Perabaan, keterampilan pendengaran dan perabaan menjadi kunci dalam gaya komunikasi barista tunanetra. Mereka mungkin menggunakan pendengaran untuk merespons pesanan pelanggan atau mendengarkan petunjuk rekan kerja. Sementara itu, perabaan dapat membantu dalam mengenali barang-barang dan mengelola peralatan dengan lebih baik.

Kesadaran terhadap Lingkungan Gaya komunikasi Faisal juga melibatkan kesadaran terhadap lingkungan sekitar. Mereka dapat merespons suara dan perasaan yang mungkin tidak terdeteksi oleh indra penglihatan, memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan

di sekitar mereka.

Faisal memiliki hambatan dalam transaksi keuangan atau dalam pembayaran dari pelanggan, penanganan uang tunai atau kartu kredit menjadi tantangan bagi Faisal, terutama jika sistem pembayaran tidak ramah terhadap mereka. Pelanggan perlu memahami dan memberikan dukungan dalam transaksi keuangan.

Kurangnya Fasilitas Aksesibel, lingkungan fisik cafe mungkin tidak sepenuhnya ramah tunanetra. Kurangnya fasilitas aksesibel, seperti tanda-tanda Braille atau rambu penunjuk, dapat menyulitkan barista tunanetra untuk berkomunikasi dan beroperasi dengan efektif.

Kendala Faisal sebagai barista yakni Kurangnya Pemahaman Masyarakat, beberapa pelanggan mungkin kurang memahami cara berkomunikasi dengan orang tunanetra, termasuk bagaimana memesan atau berinteraksi di lingkungan cafe. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan atau kesalah pahaman dalam interaksi.

Stigma dan Stereotip, beberapa pelanggan mungkin membawa stereotip atau stigma terkait dengan tunanetra, yang dapat memengaruhi interaksi mereka dengan barista. Ini dapat menciptakan hambatan emosional dan mempengaruhi kualitas komunikasi.

Yang diharapkan Faisal dan barista lainnya adalah Masyarakat juga harus bisa menghargai kekurangan yang mereka miliki agar komunikasi yang terjadi bisa lebih efektif dan tanpa menyinggung pihak manapun.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan di atas adalah bahwa komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari-hari manusia, dan dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk komunikasi verbal dan non-verbal. Pembahasan menyoroti pentingnya pemahaman tentang berbagai bentuk komunikasi dan penerapannya dalam berbagai konteks, termasuk interaksi antarbudaya dan penggunaan teknologi sebagai alat bantu komunikasi.

Kita memahami bahwa komunikasi melibatkan penyampaian informasi dengan makna yang sama kepada penerima. Pentingnya kejelasan dan kesadaran dalam berkomunikasi, baik secara lisan maupun tertulis, menjadi sorotan utama. Dalam konteks barista penyandang tunanetra, kesadaran terhadap lingkungan dan penggunaan bahasa verbal yang jelas menjadi kunci untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada pelanggan atau rekan kerja.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, perlu adanya upaya bersama dari berbagai pihak. Pendidikan dan sosialisasi kepada masyarakat tentang cara berkomunikasi dengan tunanetra dapat membantu mengurangi ketidakpahaman dan stigma. Pihak manajemen cafe atau tempat kerja juga perlu menyediakan fasilitas aksesibel dan memberikan pelatihan kepada barista tunanetra untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dan beroperasi. Selain itu, penting bagi pelanggan untuk memperlihatkan dukungan, kesabaran, dan inklusivitas dalam interaksi dengan barista tunanetra. Dengan demikian, terciptalah lingkungan kerja yang inklusif, mendukung, dan memungkinkan komunikasi yang efektif bagi semua individu.

Daftar Pustaka

- [1] Antonius Atosokhi Gea dkk, *Relasi dengan Sesama*, (Jakarta: PT Gramedia, 2003), 131.
- [2] Aris Juliansyah, *KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI GURU DALAM MENUMBUHKAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA TUNANETRA*.
- [3] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Hal 345.
- [4] Emiliana Saragi, Mohamad Syahriar Sugandi, *Strategi Komunikasi Guru Dalam Proses Belajar Anak Tunanetra Dengan Menerapkan Multimodal Learning Di Sekolah Luar Biasa Negeri A Bandung*.
- [5] Intyaswati, D., Fisip, M., Veteran, U. ", & Jakarta, ". (n.d.). *Karakteristik Gaya Komunikasi Presiden Jokowi Dalam Pengambilan Kebijakan*. http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/ari_sto@umpo.ac.id
- [6] J. R. Raco Dan Conny R. Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, t. tp), 9).

- [7] Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Malang: Prenada Media Group.
- [8] Mohammad Efendi, Pengantar Psikopedagogik Anak Berkelainan (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 31.
- [9] Moleong. L. J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [10] Moleong. Lexy J. Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014)
- [11] Muhammad Aminullah, Komunikasi Alamtologi Alamin Jilid 1, Kuala Lumpur, Nature pattern Resources, 2018, hlm. 79
- [12] Nadar . 2009. Pragmatik dan Penelitian Pragmatik.
- [13] Nur Aini, Proses Komunikai verbal Pada Anak Penyandang Tunanetra Di SLB Negeri Branjangan Jember.
- [14] Pratiwi, B. N. (2017). ANALISIS GAYA KOMUNIKASI AHMAD FAIZ ZAINUDDIN. In eJournal Ilmu Komunikasi (Vol. 5, Issue 3). Online. www.jurnalweb.com
- [15] Rendy Roos Handoyo, PENGEMBANGAN KOMUNIKASI ANAK TUNANETRA DALAM PERMAINAN KOOPERATIF TRADITIONAL
- [16] Sobur Alex. 2009. Semiotika komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [17] Sumardjo, Jakob. 1999. Konteks Sosial Novel Indonesia 1920-1977. Bandung: Penerbit Alumni.
- [18] Yin, R. K. (2009). Case Study Research Design and Methods (4th ed. Vo). Sage Publication
- [19] E. Ilyas, "Analisis Media Monitoring terhadap Brand Sari Roti pada Bulan Maret-April 2024," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 15–22, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3747.
- [20] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, "Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.
- [21] D. A. Ghifari and Zulfebriges, "Pemanfaatan Konten Kuliner sebagai Promosi UMKM pada Platform Media Informasi," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 133–140, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3127.