

TEKNIK KOMUNIKASI BARISTA TUNARUNGU SUNYI COFFEE DENGAN KONSUMEN

Fridakhul Jannah¹, Rangga Galura Gumelar²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia

e-mail: fridakhul@gmail.com, rangga.gumelar@untirta.ac.id

Abstrak

Komunikasi non verbal digunakan bagi penyandang tunarung untuk melakukan komunikasi. Berdasarkan data BPS masih ada 17 juta penyandang disabilitas produktif yang hingga saat ini belum memiliki kesempatan untuk diberdayakan. Sunyi Coffee hadir sebagai salah satu usaha yang berorientasi sosial, dimana dalam usahanya selain meraih keuntungan akan tetapi juga menjawab permasalahan pada kaum disabilitas khususnya tunarung dengan memperkejakannya di segala sektor baik barista, kasir, pelayan hingga tukang parkir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali dan menggambarkan teknik komunikasi pada penyandang tunarung yang bekerja. Untuk mendukung penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik dan teori akomodasi komunikasi yang berfokus pada hakikat manusia sebagai makhluk sosial. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi yang digunakan adalah komunikasi non verbal melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir dengan implementasi simbol-simbol yang digunakan seperti ungkapan “selamat menikmati” dan “terima kasih”. Hambatan yang dialami oleh barista saat berinteraksi dengan konsumen adalah hambatan semantik. Kehadiran Sunyi memberikan dampak positif dari para konsumen mengenai fasilitas, pelayanan, hingga rasa kopi yang disajikan. Konsumen juga merasakan kehangatan dan kenyamanan yang diberikan oleh barista Sunyi.

***Kata kunci:** Teknik Komunikasi, Bahasa Isyarat, Barista Tunarung, Sunyi Coffee*

COMMUNICATION TECHNIQUES FOR DEAF BARISTAS OF SUNYI COFFEE WITH CONSUMERS

Abstract

Non-verbal communication is used for deaf people to communicate. Based on BPS data, there are still 17 million productive people with disabilities who currently do not have the opportunity to be empowered. Sunyi Coffee is present as one of the socially oriented businesses, which in its business in addition to achieving profit but also answers the problems of the disabilitas, especially the deaf by employing them in all sectors from baristas, cashiers, waiters to parking attendants. This research uses a qualitative approach that aims to explore and describe communication techniques in deaf people who work. To support this research, we use symbolic interaction theory and communication accommodation theory which focuses on the nature of humans as social beings. Data collection techniques in this research are interviews, observation, documentation, and literature study. Data analysis techniques used by researchers are data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. The results showed that the communication techniques used were non-verbal communication through sign language, body gestures, and lip movements with the implementation of symbols used such as the expressions "enjoy" and "thank you". Barriers experienced by baristas when interacting with consumers are semantic barriers. The presence of Sunyi has given a positive impact from consumers regarding the facilities, services, and taste of the coffee served. Consumers also feel the warmth and comfort provided by Sunyi's baristas.

***Keywords:** Communication Techniques, Sign Language, Deaf Barista, Sunyi Coffee*

PENDAHULUAN

Komunikasi non verbal biasanya digunakan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang kurang cakap dalam proses komunikasi. Salah satu yang memiliki keterbatasan dalam berkomunikasi yaitu penyandang tunarungu. Tunarungu merupakan kondisi gangguan pada indera pendengaran. Tunarungu juga disebut sebagai kondisi di mana seseorang mengalami kerusakan pada indera pendengaran sehingga mereka tidak dapat menangkap suara atau rangsangan lainnya melalui indera pendengaran mereka (Suharmini, 2009).

Menurut data dari Survei Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk penyandang disabilitas di Indonesia pada tahun 2022 mencapai sekitar 22,5 juta meningkat sebanyak 1,36% jika di bandingkan pada tahun 2021, dan masih berdasarkan data tersebut sesungguhnya 17 juta diantaranya merupakan penyandang disabilitas dengan usia produktif. Namun, kurangnya lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas ini menyebabkan banyaknya keterbatasan dan pengangguran penyandang disabilitas salah satunya bagi penyandang tunarungu. Banyaknya standarisasi dan syarat-syarat yang menyulitkan bagi penyandang tunarungu dalam mencari pekerjaan ini membuat mereka kesulitan dalam mencapai jenjang karier yang diinginkan.

Adanya keterbatasan yang dimiliki oleh penyandang tunarungu inilah yang kemudian menjadikan mereka menutup diri dan merasa dirinya tidak mampu untuk bersosialisasi dengan masyarakat lainnya. Mereka juga merasa kesulitan dalam menyampaikan ide-ide bisnis dan pengelolaannya karena keterbatasan yang dimiliki. Faktor lain yang menjadi penyebab penyandang tunarungu menutup dirinya adalah karena diskriminasi yang terjadi saat mereka bekerja. Padahal mereka juga memiliki hak dan kesempatan yang sama seperti masyarakat normal lain dalam bekerja dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Banyaknya potensi terpendam yang dimiliki penyandang tunarungu ini melahirkan bisnis baru yang berorientasi sosial terbuka atau dengan bahasa lugas kita kenal konsep bisnis yang membantu atau menjawab permasalahan di lingkungan sosial dalam hal ini dikhususkan bagi penyandang tunarungu. Salah satu bisnis tersebut adalah Sunyi Coffee yang berorientasi sosial berfokus pada karyawan penyandang disabilitas khususnya tunarungu. Sunyi Coffee hadir untuk memberikan hak dan kesempatan bagi penyandang disabilitas dengan gangguan yang berbeda-beda dan mayoritas adalah tunarungu agar bisa bekerja seperti masyarakat lainnya.

Keterbatasan yang dimiliki oleh tunarungu tidak menjadikannya sebagai hambatan dalam keseharian bekerja melainkan menjadi sebuah ciri khas yang dimiliki oleh Sunyi Coffee. Karyawan tunarungu di Sunyi Coffee tentunya memiliki perbedaan dalam penyampaian pesan dan pelayanan kepada konsumen. Teknik komunikasi yang digunakan oleh barista tunarungu di Sunyi Coffee adalah komunikasi non verbal melalui bahasa isyarat. Dengan demikian, karyawan tunarungu mempunyai kesempatan dalam melakukan proses komunikasi dan interaksi dengan konsumen serta dapat beradaptasi dan bersosialisasi dengan masyarakat di sekitar.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menggali tentang proses dan teknik komunikasi pada penyandang tunarungu yang bekerja dengan para pelanggannya. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik yang berfokus pada hakikat manusia sebagai makhluk sosial. Penelitian ini juga menggunakan Teori Akomodasi Komunikasi.

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu dimana melihat pada tindak komunikasi yang dilakukan berdasarkan pada pandangan psikologi dimana interaksi yang dibangun berlandaskan pada cermin neuron (Subandi & Febianca, 2020), selain dari itu pada penelitian lain di sebutkan bahwa strategi

marketing yang digunakan pada Sunyi Coffee telah mengadopsi dari strategi *IMC (Integrated Marketing Communication)* dalam menarik konsumennya (Novita & Winduwati, 2021), dan Sunyi Coffee merupakan upaya pemberdayaan yang menciptakan perubahan sosial pada kehidupannya (Fauzi, 2021). Adapun keterbaruan dari penelitian yang dilakukan di bandingkan dengan penelitian terdahulu lebih mengedepankan pada bagaimana teknik komunikasi yang di bangun diantara barista dan konsumennya.

METODE

Pendekatan yang digunakan pada penelitian adalah pendekatan kualitatif dimana observasi yang dilakukan langsung terjun dan mengamati bagaimana teknik komunikasi yang dilakukan oleh barista tunarungu dan para konsumennya, mengamati serta membuat kategori perilakunya, yang di catat dalam jurnal observasi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang persepsi, perilaku, motivasi, tindakan, dan elemen lainnya yang dialami oleh subjek penelitian bukan berlandaskan pada pengujian atau perubahan pada variable uji (Elvinaro, 2010). Dengan demikian pendekatan ini bersifat holistik serta mengandalkan deskripsi kata dan bahasa (Moleong, 2007), sehingga tujuan dari pendekatan kualitatif pada penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin mengenai teknik komunikasi barista tunarungu dengan konsumen di Sunyi Coffee sehingga penelitian dapat menjelaskan dan menggambarkan fenomena tersebut secara mendalam. Adapun lokasi penelitian yaitu di Sunyi Coffee cabang Barito, Kota Jakarta Selatan.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan dalam penelitian ini, dimana *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dan diperlukan oleh peneliti (Sugiyono, 2022). Informan dalam penelitian ini adalah barista Sunyi Coffee dan konsumen Sunyi Coffee.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Uji keabsahan merupakan tahapan yang penting untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan memenuhi standar ilmiah serta untuk mengetahui kualitas data yang telah didapatkan. Beberapa tahapan uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, diantaranya yaitu *credibility, transferability, dependability, dan confirmability* (Sugiyono, 2007)

Penelitian memiliki keterbatasan penelitian, dimana informan barista secara khusus tidak dapat dilakukan wawancara, akan tetapi dipersilahkan untuk melakukan observasi selama bekerja dan melakukan komunikasi dengan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sunyi Coffee merupakan bisnis *coffee shop* yang berorientasi sosial, yang artinya orientasi bisnisnya bukan hanya mencari keuntungan semata akan tetapi usaha ini hadir untuk juga mengatasi permasalahan sosial salah satunya memberikan solusi terkait dengan tingginya akan disabilitas produktif yang belum memiliki kesempatan untuk bekerja. Dalam hal ini Sunyi Coffee berfokus pada karyawan penyandang disabilitas terutama tunarungu. Sunyi Coffee hadir untuk memberikan hak dan kesempatan bagi penyandang disabilitas dengan gangguan yang berbeda-beda dan mayoritas adalah tunarungu agar bisa bekerja seperti masyarakat lainnya. Keterbatasan yang dimiliki oleh tunarungu tidak menjadikannya sebagai hambatan dalam keseharian bekerja melainkan menjadi sebuah ciri khas yang dimiliki oleh Sunyi Coffee. Karyawan tunarungu di Sunyi Coffee tentunya memiliki perbedaan dalam penyampaian pesan dan pelayanan kepada konsumen. Sunyi Coffee berdiri pertama kali pada tahun 2019 di Fatmawati, Jakarta Selatan dan kemudian memiliki beberapa cabang. Salah satu cabangnya yaitu Sunyi Coffee di Barito,

Jakarta Selatan, yaitu tempat yang dijadikan studi kasus pada penelitian ini. Makna dibalik nama *coffee shop* Sunyi adalah jauh dari perbedaan dan diskriminasi. Sunyi juga berarti adanya kesetaraan dan ketentraman.

Mario Gultom sebagai *owner* Sunyi Coffee melalui instagram @sunicoffee menjelaskan tujuannya mendirikan Sunyi Coffee, yaitu untuk memberikan kesempatan bagi teman-teman disabilitas dalam berekspresi dan melawan diskriminasi. Hal ini dilaksanakan salah satu caranya dengan memperkerjakan para pegawainya yang memiliki kekurangan (disabilitas) mulai dari barista, koki pelayan, kasir bahkan tukang parkir. Memang hal ini tidaklah mudah untuk mengaplikasikan konsep ini karena ada hal-hal yang mungkin tidak terbiasa di tempat ini. Para pelanggan sempat beberapa kali mengeluhkan karena merasa pelayanannya lama karena barista tidak segera menjawab apa yang dimintakan, akhirnya setelah di jelaskan bahwa barista tersebut memiliki kekurangan baru masalahnya teratasi (Ma'arif, n.d.).

Implementasi Teknik Komunikasi Non Verbal : Bahasa Isyarat

Teknik komunikasi merupakan metode atau cara yang digunakan seseorang dalam menyampaikan sebuah pesan, informasi, atau ide kepada orang lain secara efektif agar dapat lebih mudah dimengerti. Di Sunyi Coffee, teknik komunikasi yang digunakan oleh barista tunarungu dengan konsumen adalah komunikasi non verbal. Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang terjadi tanpa menggunakan bahasa lisan atau kata-kata. Komunikasi non verbal tersebut berupa bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir. Untuk agar para konsumen memahami bahasa isyarat tentunya tidaklah mudah, akan tetapi bahasa isyarat pada umumnya relatif dapat dipahami.

Dengan demikian, proses pemesanan yang dilakukan oleh konsumen kepada barista dibantu dengan fasilitas yang disediakan, yaitu berupa papan teks petunjuk pemesanan dan papan teks bahasa isyarat di dekat kasir. Dengan adanya

fasilitas tersebut, tentunya memudahkan konsumen dalam memesan menu dan juga memudahkan barista dalam memahami pesan yang disampaikan. Konsumen dapat langsung mendatangi kasir dan menunjuk menu pilihannya dan menggunakan gestur tubuh melalui jari tangan untuk menunjukkan jumlah angka menu yang dipesan. Dengan begitu, barista akan memahami pesanan konsumen dan kemudian barista menunjukkan hasil akhir dari pesanan konsumen melalui perangkat elektronik tablet yang digunakan untuk mengkonfirmasi sehingga tidak terjadi kesalahan. Proses pembayaran pun dilakukan secara non-tunai atau *cashless* untuk mempermudah barista dan konsumen.

Proses interaksi juga terjadi pada saat barista mengantarkan pesanan kepada konsumen. Barista akan menampilkan sikap ramah dengan mengatakan “selamat menikmati” dan “terima kasih” melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir. Kemudian konsumen akan membalas pesan tersebut melalui gestur tubuh dan gerak bibir dengan menyampaikan rasa terima kasihnya terhadap pelayanan yang telah diberikan. Ketika konsumen memerlukan bantuan atau tambahan, konsumen memanggil barista dengan mengacungkan tangan kepada barista atau juga bisa dilakukan dengan mendatangi barista di meja kasir atau di tempat pembuatan kopi.

Selain itu, terdapat papan teks bahasa isyarat dengan bentuk bahasa isyarat BISINDO yang berisi alfabet dari A sampai Z dengan melibatkan dua tangan. Papan teks bahasa isyarat ini bertujuan untuk membantu konsumen dalam berkomunikasi dengan barista menggunakan bahasa isyarat. Papan teks bahasa isyarat juga dapat digunakan sebagai media pembelajaran bahasa isyarat bagi konsumen yang datang ke Sunyi Coffee serta dapat digunakan sebagai panduan dalam mempraktekan bahasa isyarat ketika barista menanyakan nama konsumen. Konsumen dapat dengan mudah memperkenalkan diri dengan menggerakkan tangannya sesuai dengan panduan yang ada pada papan teks bahasa isyarat. Pemilihan bahasa isyarat BISINDO yang digunakan di Sunyi

beralasan bahwa BISINDO merupakan bahasa isyarat yang lebih mudah digunakan dan dipahami daripada bahasa isyarat SIBI. Hal tersebut dikarenakan BISINDO memiliki struktur bahasa yang lebih sederhana karena tanpa penggunaan imbuhan dan tidak mengikuti struktur S-P-O-K seperti yang ada dalam bahasa Indonesia lisan (Cahyati, 2022). Oleh karena itu, BISINDO lebih mudah dimengerti oleh individu yang dapat mendengar tanpa perlu mempelajari bahasa isyarat secara mendalam dan dapat digunakan oleh penyandang tunarungu dalam berkomunikasi sehari-hari.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, peneliti juga mengamati bagaimana proses interaksi barista ke barista lainnya. Komunikasi yang digunakan tentunya adalah komunikasi non verbal melalui bahasa isyarat. Konfirmasi yang dilakukan oleh barista yang menjaga kasir kepada barista yang membuat kopi dilakukan melalui bahasa isyarat. Selain bahasa isyarat, barista juga menggunakan gestur tubuh dan gerak bibir saat berkomunikasi dengan barista lainnya. Untuk memperjelas pesan yang disampaikan dan yang diterima, barista juga menggunakan ekspresi wajah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Sebagai rekan kerja, tentunya diperlukan komunikasi yang efektif, baik dan benar agar terciptanya kerjasama tim yang baik dalam melayani konsumen. Dengan adanya kesamaan kondisi yang dialami oleh seluruh barista, maka proses komunikasi dapat lebih mudah dipahami antar sesama barista.

Hambatan Komunikasi yang Dialami oleh Barista dengan Konsumen

Hambatan dapat disebut juga sebagai gangguan yang mengakibatkan pesan tidak bisa diterima atau dimengerti dengan baik. Barista tunarungu Sunyi Coffee menghadapi beberapa hambatan komunikasi saat berinteraksi dengan konsumen. Hambatan tersebut melibatkan ketidakmampuan atau kesulitan barista dalam menggunakan indera pendengarannya. Hambatan komunikasi yang dialami oleh barista saat berinteraksi dengan konsumen adalah hambatan semantik. Hambatan

semantik merupakan gangguan yang terjadi karena kesalahan dalam menggunakan bahasa. Adanya keterbatasan barista tunarungu dalam menggunakan panca inderanya menyebabkan adanya perbedaan bahasa yang digunakan dengan konsumen.

Barista tunarungu mengalami kesulitan dalam menanggapi atau merespons pertanyaan konsumen secara langsung jika pertanyaan tersebut diajukan secara verbal, atau jika ada telepon dari konsumen yang memesan. Barista dapat merespons konsumen melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, atau gerak bibir untuk memperjelas pesan yang disampaikan (Haenudin, 2013). Akan tetapi, beragamnya konsumen yang datang ke Sunyi menyebabkan berbedanya *feedback* yang diberikan oleh konsumen. Beberapa konsumen dapat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan oleh barista melalui komunikasi non verbal namun tak jarang juga konsumen kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan. Barista tunarungu juga menghadapi kesulitan dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh kesalahpahaman barista dalam mengartikan gestur tubuh atau gerak bibir konsumen karena adanya gerak bibir yang serupa dalam beberapa kosa kata. Barista juga mengalami kesulitan dalam memahami kalimat panjang dan kompleks.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, barista mengupayakan dalam penggunaan fasilitas Sunyi yang memadai seperti penggunaan tablet untuk pemesanan dan kemudian barista menunjukkan hasil akhir dari pesanan konsumen melalui tablet yang digunakan untuk mengkonfirmasi agar tidak terjadi kesalahpahaman. Upaya dalam mengatasi hambatan tidak hanya dilakukan oleh barista, tetapi juga harus dilakukan oleh konsumen non disabilitas. Barista tunarungu menggunakan bahasa isyarat dalam berkomunikasi tentunya menciptakan kesadaran bagi konsumen untuk belajar bahasa isyarat agar dapat berkomunikasi dengan mereka.

Respon Konsumen

Perubahan yang dibawa oleh Sunyi Coffee tidak hanya dirasakan oleh owner Sunyi atau barista, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat umum, terutama para pecinta kopi. Kehadiran Sunyi memberikan dampak positif dari para konsumen mengenai fasilitas, pelayanan, hingga rasa kopi yang disajikan. Konsumen juga merasakan kehangatan dan kenyamanan yang diberikan oleh barista Sunyi. Seperti yang disampaikan oleh salah satu informan, Rafid menyampaikan tanggapan positif mengenai Sunyi. *“Menurut saya ini ide yang sangat bagus sih karena dengan adanya Sunyi Coffee ini teman-teman disabilitas bisa punya pekerjaan juga dan jadi peluang buat mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai kesetaraan hak tanpa membedakan”* (Rafid, 19 November 2023).

Dalam berinteraksi dengan barista, konsumen menggunakan komunikasi non verbal melalui gestur tubuh dan gerak bibir. Konsumen memesan menu dengan menggunakan gestur tubuh menunjuk pesanan serta menggunakan gerak bibir untuk memperjelas pesanan yang mereka inginkan. Sunyi dibentuk dengan konsep yang unik dan fasilitas yang memadai menjadikannya sebagai *coffee shop* yang diminati oleh konsumen. Suasana tenang dan nyaman yang tercipta di Sunyi dapat dirasakan oleh konsumen serta arsitektur dengan unsur kayu menjadikan ciri khas tersendiri bagi Sunyi. Fasilitas yang tersedia juga menjadi salah satu faktor yang diminati oleh konsumen. *“Saya suka dengan fasilitas dan sarana mempelajari bahasa isyarat yang disediakan Sunyi. Ada tembok harapan yang digunakan untuk menulis harapan di sticky notes lalu ditempel di tembok kafe Sunyi”* (Natasya, 25 November 2023).

Melihat adanya perbedaan cara berkomunikasi teman-teman disabilitas dengan masyarakat non disabilitas membuat banyaknya bentuk diskriminasi yang dilakukan terhadap penyandang disabilitas. Menanggapi hal tersebut, Rafid menyatakan pandangannya mengenai kesetaraan hak dan kesempatan yang sama untuk bekerja.

“Iya jelas, kita kan sama-sama manusia ya makhluk sosial yang emang harus bersosialisasi punya kegiatan yang kurang lebih sama, bekerja, belajar, main. Jadi, ya menurut saya gak ada perbedaan antara kita dalam hak dan kesempatan yang diterima, hanya saja yang membedakan kemampuan kita untuk menyuarakan pendapat kita aja, kalo kita bisa langsung ngomong sedangkan teman-teman disabilitas punya caranya sendiri tapi tetep mudah dimengerti” (Rafid, 19 November 2023).

Bukan hanya diskriminasi, masih banyaknya stigma negatif di lingkungan masyarakat mengenai teman-teman disabilitas pun menjadi permasalahan yang harus mulai diselesaikan. Sunyi Coffee diharapkan dapat menjadi sebuah langkah untuk lebih membuka mata masyarakat dan sebagai bentuk sosialisasi bahwa teman-teman disabilitas pun memiliki hak dan kesempatan yang sama dengan masyarakat non disabilitas, baik dalam kehidupan sosial ataupun dalam mendapatkan pekerjaan.

“Cukup disayangkan memang masih banyak masyarakat yang memiliki pandangan negatif atau stigma yang masih melekat pada penyandang disabilitas. Namun, kita dapat perlahan merubah pandangan masyarakat dengan memberikan kesempatan kepada penyandang disabilitas untuk mengambil peran di masyarakat” (25 November 2023).

Jika penelitian ini dikaitkan dengan teori interaksi simbolik, maka didapatkan hasil bahwa komunikasi yang digunakan oleh barista tunarungu adalah komunikasi non verbal melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir. Teori interaksi simbolik membahas tentang interaksi dan simbol yang di mana individu memahami dan menjalin hubungan dengan objek yang berbeda melalui interaksi sosial (Ahmadi, 2008). Penggunaan komunikasi non verbal tersebut dilakukan oleh barista tunarungu agar mereka dapat merepresentasikan maksud dan pesan sehingga konsumen dapat memahami dan memberikan respons kepada barista (Tandy &

Pribadi, 2023). Hal ini tentunya sesuai dengan teori interaksi simbolik dimana proses interaksi dan komunikasi terjadi melalui penggunaan simbol (Hariyanto, 2021).

“Karena saya baru pertama dan ga paham saya nunjuk-nunjuk aja apa yang saya pesan. Baristanya pun gercep dengan apa yang saya mau. Selain itu mereka cukup jelas kok nerangin macam-macam kopinya” (Rafid, 19 November 2023).

George Herbert Mead mengartikan istilah interaksi simbolik sebagai perilaku yang hanya dapat dianalisis melalui proses dasar, bukan melalui bagian-bagian khusus. Terdapat tiga ide dasar pada teori ini, yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*). Berdasarkan tiga ide dasar tersebut, maka komunikasi yang dilakukan oleh barista tunarungu di Sunyi Coffee dapat dijabarkan sebagai berikut.

1) Pikiran (*mind*)

Mead menyatakan bahwa pikiran merupakan proses yang terjadi pada setiap individu melalui interaksi yang terjadi dengan orang lain. Melalui pikiran, individu harus dapat mempertimbangkan tindakannya dalam berinteraksi. Dengan demikian, proses pemikiran pada individu terjadi secara berbeda sehingga menciptakan simbol-simbol yang berbeda arti pula. Hal ini menjadi temuan peneliti mengenai bahasa yang digunakan barista tunarungu dan konsumen Sunyi Coffee, mereka menggunakan bahasa yang berbeda. Barista tunarungu menggunakan bahasa isyarat dalam berinteraksi dan berkomunikasi sedangkan konsumen non disabilitas tentunya menggunakan komunikasi verbal secara lisan. Perbedaan penggunaan bahasa ini menyebabkan adanya perbedaan arti dan makna yang diterima oleh komunikan.

Barista tunarungu mengalami kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh konsumen karena adanya keterbatasan panca indera sehingga proses pemaknaan simbol-simbol yang digunakan oleh konsumen pun dimaknai berbeda. Hal ini juga dialami oleh konsumen yang dimana konsumen tidak memahami bahasa isyarat atau simbol yang digunakan oleh barista

tunarungu. Konsumen mengalami kesulitan dalam memaknai simbol-simbol yang digunakan oleh barista tunarungu dikarenakan proses berpikir yang mereka alami melalui pengalaman atas fenomena sosial yang berbeda. Oleh karena itu, simbol-simbol yang diterima oleh barista tunarungu maupun konsumen berbeda karena proses berpikir yang berbeda pula. Sehingga antara barista tunarungu dengan konsumen harus dapat menyamakan persepsi mereka dalam memaknai simbol-simbol dan perbedaan bahasa yang digunakan.

2) Diri (*self*)

Diri adalah kemampuan individu untuk Diri adalah kemampuan individu untuk menempatkan diri sesuai dengan persepsi mereka sendiri. Dalam hal ini, individu harus memiliki kemampuan dalam menjadi objek dan subjek (I dan Me). I adalah proses berpikir dan bertindak, sedangkan Me adalah bentuk refleksi. Melalui proses interaksi sosial, individu dapat menyadari kemampuannya untuk menyesuaikan makna terhadap suatu pesan dan dapat merefleksikan dampak dari tindakan yang mereka lakukan (Derung, 2017). Dalam proses interaksi yang dilakukan oleh barista tunarungu dengan konsumen, dapat dilihat bahwa mereka secara sadar menempatkan atau menyesuaikan diri masing-masing. Mereka berusaha untuk menemukan bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif dalam mengatasi perbedaan bahasa yang digunakan.

Ide dasar Mead tentang peran "I" dan "Me" dapat diaplikasikan dalam interaksi antara barista tunarungu dan konsumen. Barista tunarungu memainkan peran "I" ketika mereka menyampaikan pesan atau ekspresi secara langsung, sementara konsumen memerankan peran "Me" dengan merespons dan memberikan makna pada simbol-simbol yang diterima. Untuk mengatasi perbedaan bahasa, konsumen harus dapat menyesuaikan dirinya dengan menggunakan simbol-simbol yang sekiranya dapat dimengerti oleh barista tunarungu tanpa menyinggung perasaannya sehingga proses

komunikasi dapat berjalan dengan baik dan efisien.

3) Masyarakat (*society*)

Masyarakat terdiri dari jaringan hubungan sosial yang hidup berdampingan dan berperan aktif dalam menentukan perilaku sesuai keinginannya. Hal ini membantu manusia dalam memahami peran mereka di masyarakat. Di Sunyi Coffee, peneliti menemukan bahwa terdapat jaringan hubungan sosial yang hidup berdampingan, yaitu kelompok tunarungu dengan kelompok non tunarungu. Mereka berinteraksi dan berperan aktif dalam menentukan perilaku sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Melalui Sunyi Coffee, barista tunarungu memiliki wadah untuk menunjukkan dirinya di tengah masyarakat serta membuktikan bahwa stigma negatif yang beredar di masyarakat tidak seharusnya terjadi. Sunyi Coffee hadir untuk memberikan pengetahuan dan sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat mengenai kesetaraan hak dan kesempatan yang sama antara kelompok tunarungu dengan kelompok non tunarungu. Kehadiran Sunyi Coffee mendapatkan apresiasi positif dari berbagai pihak dan diharapkan menjadi langkah awal perubahan stigma negatif mengenai kelompok tunarungu yang melekat pada masyarakat. Banyak konsumen yang kembali datang ke tempat dikarenakan kepuasan mereka terhadap layanan dan kualitas rasanya (Lorensa et al., 2020), serta keakraban yang terlain diantara para pekerja dan konsumen.

Selain dari itu implementasi teori akomodasi komunikasi tentunya berhubungan dengan proses komunikasi yang terjadi antara barista tunarungu dengan konsumen di Sunyi Coffee. Adanya perbedaan cara berkomunikasi antara barista tunarungu dengan konsumen

menimbulkan terjadi penyesuaian gaya komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik (Aufa & Sidik, 2021). Dalam hal ini, konsumen non disabilitas perlu melakukan penyesuaian ketika berkomunikasi dengan barista tunarungu.

Adaptasi yang dilakukan oleh konsumen adalah konvergensi. Konvergensi merupakan strategi yang dilakukan dengan mengadopsi gaya atau pola komunikasi yang serupa dengan orang lain. Individu secara sengaja menyesuaikan gaya komunikasinya untuk lebih mirip dengan gaya komunikasi orang lain. Hal ini dilakukan untuk menciptakan rasa kesamaan, meningkatkan pemahaman, atau meredakan ketegangan dalam interaksi. Konsumen berkonvergensi dengan melakukan penyesuaian gaya komunikasi menggunakan komunikasi non verbal berupa bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir serta memberikan respon dan gestur positif bagi para barista terhadap para pekerja disabilitas. Hal ini dilakukan secara sengaja agar pesan yang disampaikan oleh konsumen dapat diterima dengan barista tunarungu.

“Cukup tertarik juga dan senang walaupun masih agak terbata-bata pas ngelakuin bahasa isyarat cuman aku kan tetap ngegunain bahasa tubuh sama bahasa mulut ya dan baristannya tuh masih rada paham gitu loh bahasa mulut aku jadi tertarik sih” (Natasya, 25 November 2023).

Penggunaan bahasa isyarat dapat dilakukan oleh konsumen melalui papan teks bahasa isyarat yang disediakan di Sunyi Coffee. Selain itu, konsumen juga menyesuaikan gaya komunikasi dengan maksud terciptanya rasa persamaan dan pengertian agar barista tunarungu tidak merasakan marginalitas.

komunikasi non verbal melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir. Implementasi interaksi simbolik yang diterjemahkan dengan bahasa serta simbol-simbol digunakan barista salah satunya pada saat mengantarkan pesanan kepada konsumen dengan menampilkan sikap ramah dengan mengatakan “selamat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terkait teknik komunikasi barista tunarungu kepada konsumen studi kasus Sunyi Coffee, maka dapat disimpulkan bahwa teknik komunikasi yang digunakan adalah

menikmati” dan “terima kasih” melalui bahasa isyarat, gestur tubuh, dan gerak bibir. Proses komunikasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan papan teks bahasa isyarat dengan bentuk bahas isyarat BISINDO. Papan teks bahasa isyarat ini bertujuan untuk membantu konsumen dalam berkomunikasi dengan barista menggunakan bahasa isyarat.

Hambatan komunikasi yang dialami oleh barista saat berinteraksi dengan konsumen adalah hambatan semantik. Adanya keterbatasan barista tunarungu dalam menggunakan panca inderanya menyebabkan adanya perbedaan bahasa yang digunakan dengan konsumen. Barista tunarungu mengalami kesulitan dalam menanggapi atau merespons pertanyaan konsumen secara langsung jika pertanyaan tersebut diajukan secara verbal. Barista juga mengalami kesulitan dalam memahami kalimat panjang dan kompleks. Hambatan ini dapat di reduksi dengan penggunaan komunikasi akomodasi dimana ada saling pengertian dan penyesuaian pada keterbatasan baik di pihak barista dan konsumen dalam berkomunikasi. Tidak mudah memang untuk mengaplikasikan semua ini, namun demikian sebagai mahluks sosial tentunya reduksi terkait dengan kesalahpahaman komunikasi harus terus dilakukan agar tidak terjadi pada kesalahan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D. (2008). Interaksi simbolik: Suatu pengantar. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 301–316. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i2.1115>
- Aufa, N. H., & Sidik, A. P. (2021). *Pola Komunikasi Barista Dengan Costumer Di Coffe Shop Coconude Beverages Sweetened Bandung*.
- Cahyati, T. T. R. (2022). *Pola Komunikasi Para Pegawai Penyandang Disabilitas Tunarungu Dalam Memberikan Pelayanan Dan Informasi Kepada Pelanggan (Studi Kasus Pada Kafe Dapur Dif_Able Bandar Lampung)*.
- Derung, T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Sapa: Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(1), 118–131.
- Elvinaro, A. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Fauzi, M. H. (2021). *Strukturasi Pemberdayaan Disabilitas (Studi Kasus: Tuna Rungu Wicara Pada Sunyi Coffee House And Hope Jakarta Selatan)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif
- Haenudin, H. (2013). Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus Tunarungu. *Jakarta: Pt Luxima Metro Media*.
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. *Umsida Press*, 1–119.
- Lorensa, B. A., Astuti, M., & Husniati, R. (2020). Kepuasan Konsumen Sunyi House Of Coffee And Hope. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 249–260. Doi: <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V8i3.360>
- Ma'arif, N. (N.D.). *No Title*. <https://food.detik.com/berita-boga/d-5106334/sejarah-kopi-sunyi-tempat-kopi-difabel-yang-pernah-ditertawakan>
- Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Novita, J., & Winduwati, S. (2021). Marketing Communication Strategy Of Sunyi House Of Coffee And Hope In Branding Image As A Difabel Friendly Cafe. *International Conference On Economics, Business, Social, And Humanities (Icebsh 2021)*, 716–721. Doi: 10.2991/Assehr.K.210805.113
- Subandi, Z. E., & Febianca, C. (2020). Tindak Komunikasi Sumber Daya Manusia Tunarungu. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 157–171.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan*

Konstruktif. Alfabeta.

Suharmini. (2009). *Psikologi Anak Berkebutuhan Khusus*. Kanwqa Publisher.

Tandy, D., & Pribadi, M. A. (2023). Pemberdayaan Komunitas Tunarungu: Studi Kasus Interaksi Simbolik Di Sunyi Coffee Alam Sutera. *Kiwari*, 2(3), 432–438. Doi: <https://doi.org/10.24912/Ki.V2i3.25875>