

**BAHASA TUBUH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PELAYANAN BARISTA DI GERAI
MANYOGOT.MA BANDA ACEH**

SKRIPSI S 1

Disusun Oleh :

Moula Harisa

NIM.200401044

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AR RANIRY
BANDA ACEH 2025**

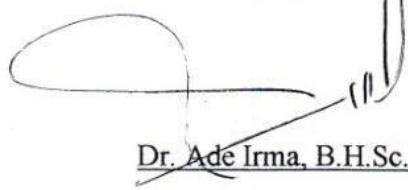
BAHASA TUBUH BARISTA PADA GERAI MANYOGOT.MA BANDA ACEH

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana
(S1) Strata Satu Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi



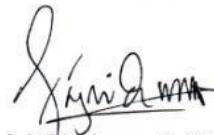
Pembimbing I,



Dr. Ade Irma, B.H.Sc.M. A

NIP.197309212000032004

Pembimbing II,



Fajri Chairawati, S.Pd.I.M. A

NIP. 197903302003122002

SKRIPSI

Telah dinilai oleh panitia sidang munaqasyah skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan dinyatakan lulus serta disahkan sebagai
tugas akhir untuk memperoleh gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan oleh:

MOULA HARISA
NIM.200401044

Pada Hari/Tanggal

Senin, 21 juli 2025 M
26 Muharam Akhir 1447 H

di
Darussalam, Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

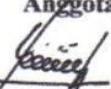
Ketua,


Fajri Chairawati, S. Pd. I, MA
NIP.1979033002003122002

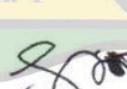
Sekretaris,


Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos., M.A
NIP. 198007312023211006

Anggota I,


Drs. Yusri, M.L.I.S
NIP.196712041994031004

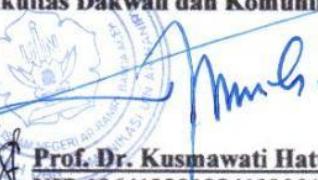
Anggota II,


Azman, S.Sos I, M.I.Kom
NIP.19830713201531004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.
NIP.196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Moula Harisa
NIM : 200401044
Jenjang : Strata Satu (S 1)
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau proposal yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar Raniry.

Banda Aceh, 9 April 2025



Moula Harisa

NIM. 200401044

ABSTRAK

Nama : Moula Harisa

NIM 200401044

Judul Skripsi : Bahasa Tubuh Sebagai Media Komunikasi Pelayanan Barista di Gerai Manyogot. MA Banda Aceh

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Bahasa tubuh merupakan elemen penting dalam komunikasi nonverbal yang berperan dalam menciptakan kesan pertama, kenyamanan emosional, dan loyalitas pelanggan. Gerai kopi Manyogot.Ma di Banda Aceh menarik untuk diteliti karena secara sadar mengintegrasikan bahasa tubuh ke dalam Standar Operasional Prosedur pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana implementasi bahasa tubuh oleh barista, strategi manajerial dalam membinanya, tantangan yang dihadapi, serta respon pelanggan terhadap praktik tersebut. Hasil penelitian menegaskan bahwa bahasa tubuh telah menjadi bagian dari budaya kerja Manyogot.Ma yang diperkuat melalui pelatihan, sistem mentoring, serta pengaturan shift berdasarkan kesiapan emosional. Meskipun terdapat tantangan berupa kelelahan emosional dan tekanan performatif, pelanggan memberikan respon yang positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal melalui bahasa tubuh berperan strategis dalam meningkatkan kualitas layanan, loyalitas pelanggan, serta mendukung keberlanjutan usaha mikro kecil menengah di sektor hospitality.

Kata Kunci: *Bahasa Tubuh, Komunikasi Nonverbal, Barista, Standar Operasional Prosedur, Loyalitas Pelanggan, Hospitality, Usaha Mikro Kecil Menengah.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia Nya karena atas izin Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Bahasa Tubuh Barista Pada Gerai Manyogot.Ma Banda Aceh”**. Penyusunan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Proses skripsi ini mengalami kendala, namun berkat bantuan, do'a, dan kerjasama dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Terutama kepada orangtua penulis yang tercinta, Ibu Hayatun Rahmi ibu kandung yang telah melahirkan saya, Bapak Ramli Mahadi Ayah kandung saya, dan terima kasih sebesar besarnya kepada Ibu Lemsisetiawati yaitu ibu angkat saya, Wanita paling hebat didunia dan di akhirat, yang telah membesarakan saya dengan jerih payah dia, yang tulus dan begitu banyak pengorbanan yang sudah ia berikan dan

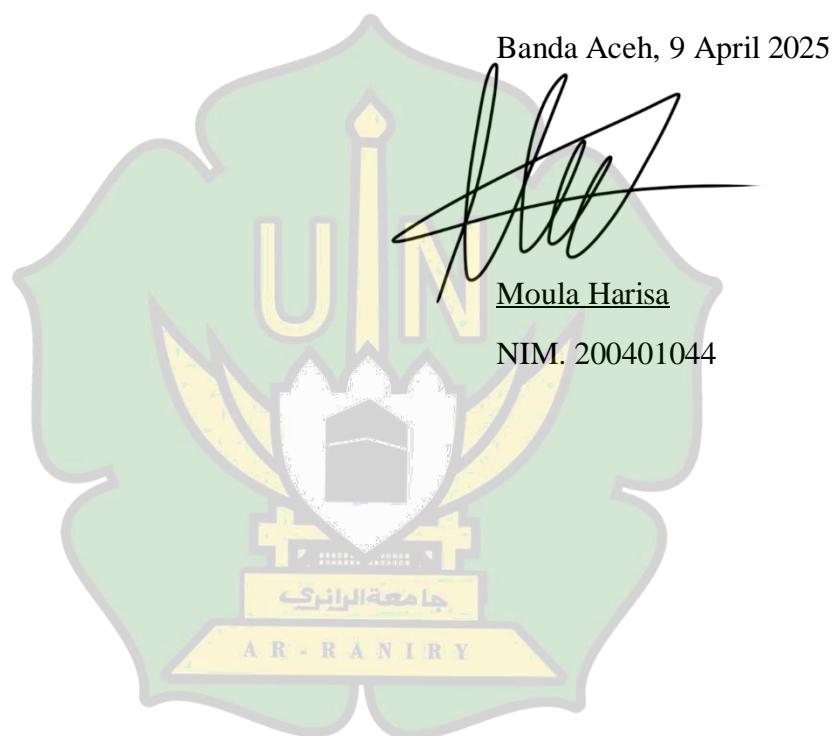
Ayah angkat saya bapak Asianto yang senantiasa tulus memberikan do'a, kasih sayang, keikhlasan, kesabaran, pengorbanan dan perhatian yang tak henti hentinya kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis perjuangkan dan dapatkan untuk Ayahanda dan Ibunda serta kakak kakak saya. Terimakasih untuk segala cinta dan kasih yang mana telah diberikan secara tulus kepada penulis hingga berada ditahap kehidupan ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M. Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Ade Irma, B. H. Sc., M. A selaku pembimbing I dan Fajri Chairawati, S. Pd. I., M. selaku pembimbing II, yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan dan saran saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
3. Syahril Furqany, M.I.Kom dan Hanifah, M. Ag, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Ar Raniry Banda Aceh.
4. Terima kasih Sahabat seperjuangan Karimullah , Said Imamuddin, Sayyid Jamalul adil dan yang telah bersama sama menimba ilmu di bangku

perkuliahannya, merasakan pahit dan manisnya perjuangan sebagai mahasiswa dalam mengarungi bahtera sarjana.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan mendoakan semoga kebaikan dan berkah dari Allah SWT senantiasa tercurahkan kepada mereka.

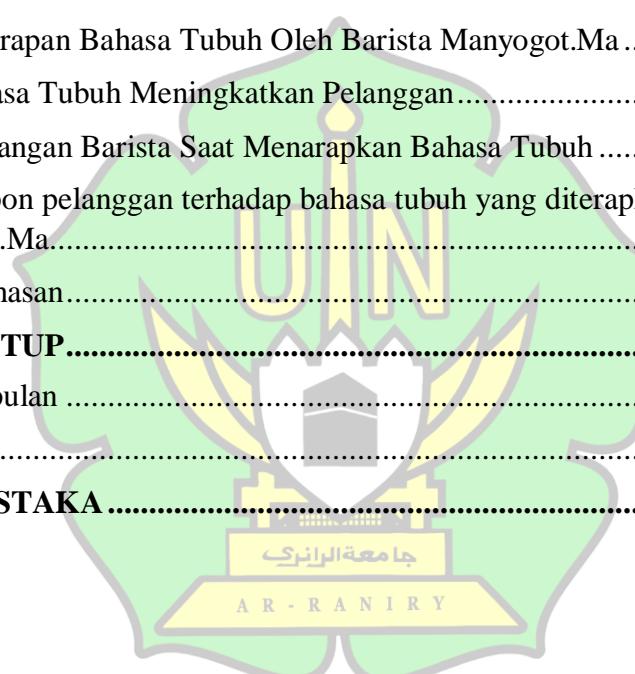


DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional Variabel.....	7
1. Komunikasi Bahasa Tubuh.....	7
F. Sistematis Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan.....	12
B. Konsep Bahasa Tubuh	15
1. Pengertian Bahasa Tubuh	15
C. Jenis Jenis Bahasa Tubuh.....	17
1. Kinetik (Gerakan Tubuh).....	17
2. Proksemik (Jarak dan Ruang).....	18
3. Haptik (Sentuhan).....	18
4. Paralinguistik (Nada dan Intonasi Suara).....	19
5. <i>Oculesics</i> (Kontak Mata).....	19
6. Artifaktual (Penampilan dan Pakaian)	20
7. Kronemik (Pengguna Waktu).....	20
8. Lingkungan Fisik.....	20
D. Fungsi Bahasa Tubuh	21
1. Menciptakan kesan pertama	21
2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan	22
3. Menyampaikan Empati dan Kepedulian	22

4. Menggambarkan Profesionalisme.....	22
5. Membantu Memahami Pelanggan.....	22
E. Konsep Barista	23
1. Pengertian Barista.....	23
2. Tanggung Jawab Barista Menurut SCAA.....	23
F. Standar Operasional Prosedur (SOP)	25
1. Definisi SOP.....	25
2. Tujuan SOP	25
3. Panduan Karyawan Memahami Peraturan dan Tugasnya di Perusahaan	25
4. Memudahkan Adaptasi Karyawan Baru	25
5. Memudahkan Pencapaian Target Perusahaan.....	26
6. Meminimalisir Kesalahan	26
7. Fungsi SOP.....	26
8. <i>Specialty Coffee</i>	26
9. <i>Hospitality</i>	27
G. Teori yang Digunakan	28
1. Teori Psikologi Konsumen.....	28
2. Stimulus Input (Masukan Stimulus)	29
3. Keputusan Pembelian.....	29
4. Manfaat Utama Psikologi Konsumen.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
C. Subjek Penelitian	34
1. Subjek penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu:.....	34
2. Objek penelitian:	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Wawancara	35
2. Dokumentasi.....	35
E. Teknik Analisis Data	36
1. Reduksi Data	36
2. Penyajian Data.....	36
3. Penarik Kesimpulan	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Objek Penelitian	38
1. Sejarah Lahirnya Manyogot.Ma	38
2. Tiga Nilai Utama Pedoman Manyogot.Ma	39
3. Lima Hal Utama Ways Barista.....	39
4. Struktur Perusahaan	42
B. Hasil Penelitian.....	45
1. Penerapan Bahasa Tubuh Oleh Barista Manyogot.Ma	45
2. Bahasa Tubuh Meningkatkan Pelanggan.....	49
3. Tantangan Barista Saat Menarapkan Bahasa Tubuh	53
4. Respon pelanggan terhadap bahasa tubuh yang diterapkan oleh barista Manyogot.Ma.....	57
C. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	43
Gambar 4.2	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Instrumen Penelitian.....
- Lampiran II Dokumentasi Hasil Wawancara.....
- Lampiran III Surat Izin Penelitian dari Universitas
- Lampiran IV Surat Laporan Selesai Melakukan Penelitian
- Lampiran V Daftar Riwayat Hidup.....



BAB I

PENDAHULUAN

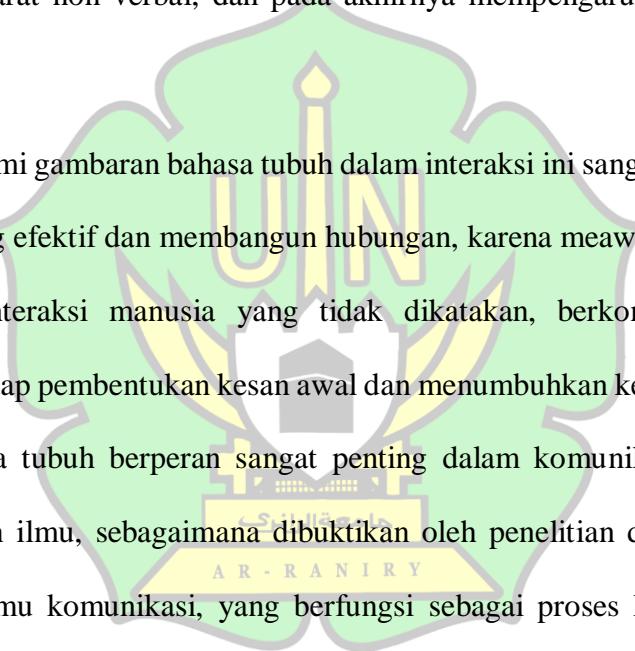
A. Latar Belakang Masalah

Bahasa tubuh adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata kata, melainkan melalui Gerakan anggota tubuh sebagai sarana pengungkapan pikiran atau perasaan seperti, ekspresi wajah, kontak mata, intonasi suara, dan elemen lain yang dapat diamati. Komunikasi ini melibatkan bahasa tubuh yang sering kali melengkapi, menggantikan, atau bahkan bertentangan dengan komunikasi verbal. Penggunaan bahasa tubuh dapat pula mewakili adanya kode kode bahasa ucapan dan tulis yang tidak diketahui oleh dua orang, kemudian dapatlah digunakan bahasa tubuh agar informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Praktik penggunaan bahasa tubuh dalam kehidupan sehari hari, tidak berbeda jauh dengan pembacaan terhadap penandaan pada umumnya. Untuk memahaminya dibutuhkan pembacaan secara konteks dan kontekstualisasi. Dalam usaha merujuk konteks dan kontekstualisasi, tindakan tindakan yang diwujudkan oleh penerima informasi akan sangat berkaitan dengan kesadaran psikisnya untuk bertindak. Pada tataran ini, bahasa tubuh juga memunculkan bentuk bentuk pragmatis karena menjadi komunikasi untuk menyampaikan pesan tersebut melalui ekspresi tubuh. Adapun yang menjadi perbedaan adalah pada cara bentuk menyampaikan pesan tersebut yaitu melalui ekspresi tubuh.¹

¹ Arif Hidayat, Bahasa Tubuh: Tanda dalam Sistem Komunikasi, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 2 (2010), hal. 224-234

Bahasa tubuh yang mencangkup ekspresi wajah, gerak tubuh, postur tunuh, serta kontak mata, memainkan peran penting dalam komunikasi manusia, terutama dalam peertemuan atau interaksi awal yang mana sinyal non verbal sering membentuk persepsi dan membangun kepercayaan. Studi menekankan pentingnya bahasa tubuh dalam menyampaikan niat, emosi, serta kepercayaan diri. Melalui *etometodologi*, analisis bahas tubuh dalam pertemuan atau interaksi pertama dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana individu menafsirkan dan menanggapi isyarat non verbal, dan pada akhirnya mempengaruhi pembentukan kepercayaan.



Memahami gambaran bahasa tubuh dalam interaksi ini sangat penting untuk komunikasi yang efektif dan membangun hubungan, karena meawarkan jendela ke dalam aspek interaksi manusia yang tidak dikatakan, berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan kesan awal dan menumbuhkan kepercayaan antar individu. Bahasa tubuh berperan sangat penting dalam komunikasi manusia di berbagai disiplin ilmu, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian dalam psikologi, sosiologi dan ilmu komunikasi, yang berfungsi sebagai proses komunikasi non verbal yang menyampaikan perasaan, pikiran dan niat., dan berpengaruh bagaimana kepercayaan dibangun dalam interaksi awal.

Memahami bahasa tubuh sangat penting dalam pengaturan professional, dimana dapat meningkatkan kesan pelanggan dan membangun *kredibilitas*. Selain itu, analisis bahasa tubuh dalam interaksi sosial sangat penting bagi system kecerdasan buatan untuk berpartisipasi aktif dalam ngaturan sosial, memfokuskan pentingnya mempelajari dan menafsirkan perilaku halus seperti gerak tubuh dan

postur.² Dalam islam menjelaskan komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata kata, tetapi melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata.

نَ كَانَ يُؤْمِنُ بِلِلِّهِ وَالْيَوْمَ الْآخِرِ فَلَمْ يُفْهِمْهُ أَوْ لَمْ يَصْمُدْهُ فَمَنْ نَكَانَ يُؤْمِنُ بِلِلِّهِ

رَأَلَهُمُ الْآخِرُ فَلَمْ يُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ نَكَانَ يُؤْمِنُ بِلِلِّهِ وَالْيَوْمَ الْآخِرِ فَلَمْ يُكْرِمْ ضَيْفَهُ

“Barang siapa beriman kepada Allah dan hari Akhir, hendaklah ia berkata baik atau diam. Barang siapa beriman kepada Allah dan hari Akhir, hendaklah ia menghormati tetangganya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari Akhir, hendaklah ia memuliakan tamunya”. [HR al Bukhâri dan Muslim].³

Melayani tamu adalah bagian *Hospitality*, dalam islam dijelaskan adab dalam menyambut tamu yaitu, menunjukkan wajah gembira, menyapa dengan hangat, senyum, dan ramah.

“Apabila kamu saling jumpa maka saling mengucapkan salam dan bersalam salaman, bila saling berpisah, maka berpisahlah dengan ucapan istigfar”. (HR. At Tahawi). Dari ayat dan hadist diatas menjelaskan bahwa komunikasi non verbal bisa mengekspresikan identitas dan mencerminkan keyakinan pada tamu untuk berlemaht lembut, bertutur sopan, dan selalu senyum.

² Almadina Rakhmaniar, Peran Bahasa Tubuh dalam Membangun Kepercayaan Pada Interaksi Pertama (Studi Etometodologi Pada Remaja Kota Bandung), *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 1, No. 4 (2023), hal. 85-87

³ Hadits ini shahîh. Diriwayatkan oleh al-Bukhâri (no. 6018, 6136, 6475), Muslim (no. 47), Ahmad (II/267, 433, 463), Abu Dawud (no. 5154), at-Tirmidzi (no. 2500), Ibnu Hibban (no. 507, 517-at-Ta'lîqât-Hisân), al-Baihaqi (VIII/164).

Bahasa tubuh juga menjadi bagian dari beberapa Standar Operasi Prosedur (SOP) pelayanan dibeberapa perusahaan atau umkm. Selain berjualan sebuah umkm juga harus membangun relasi dengan pelanggan sehingga terciptanya kedekatan dan kenyamanan. Selain ditearapkan pada Sop, bahasa tubuh ini juga bagian dari strategi penjualan di era 5.0. Industri jasa pelayanan khususnya *coffee shop*, semakin berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Banda Aceh. Persaingan yang ketat memaksa pengelola *coffee shop* untuk tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga pelayanan yang unggul.

Dalam dunia *hospitality*, bahasa tubuh atau komunikasi non verbal memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Penelitian oleh Mehrabian (1972) menunjukkan bahwa 93% dari komunikasi interpersonal terdiri atas elemen non verbal seperti gestur, ekspresi wajah, dan postur tubuh. Manyogot.Ma, salah satu gerai *coffee shop* ternama di kalangan anak muda Banda Aceh, dikenal dengan *atmosfer* yang nyaman dan layanan prima. Salah satu aspek yang menarik adalah bagaimana gerai ini memasukkan bahasa tubuh sebagai bagian dari Standar Operasional Prosedur (SOP) mereka. Barista di Manyogot.Ma dilatih untuk menggunakan bahasa tubuh yang ramah dan profesional, seperti senyuman, kontak mata, dan gestur tubuh yang terbuka, untuk menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Namun, studi mengenai implementasi komunikasi non verbal dalam SOP industry jasa, terutama disektor *coffee shop*, masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam peran bahasa tubuh dalam

meningkatkan pengalaman pelanggan di Manyogot.Ma, sekaligus menganalisis bagaimana elemen ini diterapkan dalam SOP mereka.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Bahasa Tubuh yang dilakukan oleh Barista Manyogot. MA dapat meningkatkan keramahan?
2. Apakah strategi penerapan Standar Operasional Prosedur Bahasa Tubuh Barista dapat meningkatkan keramahan pada pelanggan?
3. Apa tantangan barista dalam menerapkan bahasa tubuh di Manyogot.Ma?
4. Bagaimana respon pelanggan terhadap bahasa tubuh yang diterapkan oleh barista Manyogot.Ma

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bahasa tubuh diterapkan oleh barista di Manyogot.Ma dalam menjalankan interaksi dan pelayanan kepada pelanggan.
2. Untuk menganalisis strategi owner dalam menerapkan dan membina penggunaan bahasa tubuh oleh barista di Manyogot.Ma sebagai bagian dari kualitas pelayanan.
3. Untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi barista dalam menerapkan bahasa tubuh selama berinteraksi dengan pelanggan di Manyogot.Ma.
4. Untuk mendeskripsikan respon pelanggan terhadap penggunaan bahasa tubuh oleh barista di Manyogot.Ma, baik dari segi kepuasan maupun kenyamanan berinteraksi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi nonverbal dan *hospitality*. Temuan dari studi ini memperkaya kajian tentang bahasa tubuh dalam interaksi layanan pelanggan, serta dapat menjadi referensi akademik dalam studi komunikasi pelayanan dan psikologi konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha (UMKM/Coffee Shop)

Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang pentingnya bahasa tubuh dalam membangun loyalitas pelanggan. Temuan ini dapat dijadikan acuan dalam menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, serta strategi pelatihan bagi barista untuk meningkatkan kualitas layanan.

b. Bagi Barista dan Tenaga Pelayanan

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi dalam penerapan bahasa tubuh yang ramah dan profesional, serta dampaknya terhadap pengalaman pelanggan. Selain itu, studi ini memberikan inspirasi tentang bagaimana komunikasi nonverbal dapat menjadi kekuatan dalam membangun hubungan emosional dengan pelanggan.

c. Bagi Pelanggan

Penelitian ini memberikan wawasan bahwa kenyamanan dan kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh interaksi personal dan emosional yang dibangun melalui bahasa tubuh.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi pijakan awal untuk studi lanjutan tentang komunikasi nonverbal dalam berbagai sektor industri jasa, serta sebagai referensi dalam pengembangan pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia berbasis komunikasi interpersonal. Untuk menambah literatur terkait komunikasi bahasa tubuh dalam *industry hospitality*

E. Definisi Operasional Variabel

1. Komunikasi Bahasa Tubuh

Komunikasi bahasa tubuh adalah bentuk komunikasi nonverbal yang menggunakan gerakan, postur tubuh, ekspresi wajah, dan isyarat fisik untuk menyampaikan pesan atau makna. Bahasa tubuh dapat melengkapi, menggantikan, atau bahkan bertentangan dengan komunikasi verbal. Contohnya termasuk senyuman untuk menunjukkan keramahan, lengan yang disilang sebagai tanda ketidaksukaan, dan kontak mata yang kuat menunjukkan percaya diri.⁴

a. Barista

⁴ Indriati Yulistiani, *Komunikasi yang Efektif dengan Bahasa, Tubuh*, Jurnal Abdimas, Volume 7, Nomor 4, Juni 2021.

Barista adalah seseorang yang terampil dalam menyiapkan, menyajikan, dan mengembangkan berbagai jenis minuman berbasis kopi, terutama *espresso* selain keterampilan teknis dalam mengoperasikan mesin *espresso* dan penyeduhan, barista juga memiliki peran dalam berinteraksi dengan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dalam menikmati kopi.⁵

b. Studi kasus Manyogot.Ma Banda Aceh

Manyogot.Ma didirikan oleh seorang perantau asal Sumatra utara, Nayata Bunaya Filman, pada juli 2020, di tengah pandemic Covid 19. Nama “Manyogot.Ma” berasal dari bahasa mandailing yang artinya “besok pagi”. Berdiri di pinggiran jalan Blang Padang dan juga menjadi salah satu icon wisata Banda Aceh sehingga Manyogot.Ma mudah dijumpai. Sebagai *coffee* yang fokus pada kualitas layanan, Manyogot.Ma telah mengintegrasikan elemen komunikasi bahasa tubuh ke dalam SOP mereka.

Barista di Manyogot.Ma dilatih untuk menggunakan gestur tubuh yang sopan, kontak mata yang hangat, dan senyuman yang tulus dalam melayani pelanggan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi gerai⁶

c. Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam Barista

Standard Operating Procedure (SOP) Barista adalah serangkaian prosedur standar yang harus diikuti oleh seorang barista dalam menjalankan

⁵ Arfandi, Muhammad Arifin, dan I Putu Suarta, *Kompetensi Barista : Pengetahuan, Keterampilan, dan Etika di AARON Teras Coffee Makassar*, Jurnal Bosara Hospitality, Vol.5, No.1, 1 Agustus 2024, Hal 2.

⁶ Uswatul Farida, *HIDDEN GEM! Coffee Manyogot.Ma*, Kabar Aktual, 15 Maret 2023

tugasnya mulai dari persiapan bahan, cara penyeduhan, pelayanan, sampai kebersihan peralatan dan area kerja. SOP ini bertujuan untuk memastikan konsistensi kualitas produk, efisiensi operasional, serta kepuasan pelanggan.⁷

d. Specialty Coffee

Specialty coffee adalah kopi yang memiliki kualitas tinggi dan memenuhi standar tertentu dalam hal rasa, aroma, dan penampilan. *Specialty coffee* adalah sebutan yang umum dipakai untuk menyebut kopi “gourmet” atau “premium”. Menurut *Specialty Coffee Association of America (SCAA)*, kopi bernilai 80 atau lebih pada skala 100 poin dianggap “special”. *Specialty coffee* tumbuh di iklim istimewa dan ideal, serta berbeda karena rasa yang lengkap dan memiliki sedikit kecacatan atau bahkan tidak memiliki sama sekali. Berikut beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah kopi dapat dikategorikan sebagai *specialty coffee*:⁸

- i. Biji kopi harus berkualitas tinggi, bebas dari cacat, dan memiliki ukuran yang seragam.
- ii. Proses pengolahan kopi harus dilakukan dengan baik termasuk proses pemotongan, pengolahan, hingga pengeringan.
- iii. Kopi harus memiliki rasa dan aroma yang kompleks, seimbang, dan tidak memiliki cacat rasa.

⁷ Scott Rao, *The Professional Barista's Handbook*, New York Coffee Publishing House, 2008, Hal 45.

⁸ Yoga A. Musika, *Seperi Apa Sebenarnya Specialty Coffee*, Ottencoffee.co.id, vol.4, 31 Oktober 2023

- iv. Kopi juga harus memiliki penampilan yang menarik, termasuk warna, tekstur, dan bentuk.

e. **Hospitality**

Hospitality adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sikap dan perilaku yang ramah, sopan dan menyambut tamu atau pelanggan. Dalam industri pariwisata dan jasa, hospitality sering digunakan untuk menggambarkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.⁹

f. **Specialty Coffee Assosiation of America (SCAA)**

SCAA adalah sebuah asosiasi yang didirikan pada tahun 1982, yang fokus pada promosi dan distribusi kopi berkualitas. Asosiasi ini menetapkan standar dan protokol untuk menilai kualitas kopi, khususnya kopi spesial, dengan skala 100 poin Dimana kopi dengan nilai 80 atau lebih dianggap sebagai kopi special.¹⁰

F. **Sistematis Pembahasan**

Bab I : Pendahuluan.

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan pembahasan. Latar belakang masalah menjelaskan latar permasalahan yang menjadi tujuan untuk penelitian. Rumusan masalah berisi permasalahan yang ingin diteliti.

⁹ Hida, *Apa Itu Hospitality? Pengertian, Jenis, dan Pekerjaannya*, Blog.Cakap.com, 10 Oktober 2023.

¹⁰ Origin, *What is Specialty Coffee*, Origincoffee,co, 9 Juni 2023

Tujuan serta manfaat penelitian berisi tentang untuk apa dan apa manfaat penelitian ini dilakukan.

Bab II : Kajian Pustaka.

Bab ini berisi mengenai penelitian sebelumnya yang relevan, penjelasan penerapan bahasa tubuh yang dilakukan oleh barista Manyogot.Ma, serta landasan teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

Bab III : Metode Penelitian.

Bab ini berisi tentang penjelasan metode penelitian yang digunakan, subjek dan pengambilan sampel, Teknik pengumpulan data, Teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan. Dijelaskan bagaimana data data yang sudah di dapatkan, di terapkan dan analisis, setelah itu dikaji dengan metode deskriptif kualitatif. Bab ini juga menjelaskan mengenai bahasa tubuh yang dilakukan oleh barista Manyogot.Ma, menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan

Bab V : Penutup.

Bab ini berisi tentang Kesimpulan yang di dapatkan dari keseluruhan bab yang ada, dan berisi saran yang diharapkan dapat berguna dari hasil penelitian.