

DRAMATURGI PROFESI BARISTA DI NORMA *COFFEE SHOP* DAN CIPADAS *COFFEE SHOP* PEKANBARU

Oleh: Jihan Noprinah

e-mail: jihan.noprinah3727@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing: Drs. Yoskar Kadarisman, M.Si.

e-mail: yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kampus Bina Widya, Jl. H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru

Pekanbaru, 28293. Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Pesatnya minat anak muda untuk menekuni profesi barista di Indonesia dipengaruhi nilai dan eksistensi dari media sosial. Fenomena Dramaturgi barista di media sosial menunjukkan adanya disparitas pada barista yang mencari profesi ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista membangun personal branding di media sosial untuk eksistensi diri serta peningkatan pemasaran *coffee shop* namun di dunia kerja personal branding dilakukan untuk meningkatkan profesionalitas sebagai barista. Barista yang menjadikan profesi ini sebagai sumber penghasilan utama tidak dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari karena pemasukan tidak sepadan dengan tanggungan dan gaya hidup barista. *Front Stage* barista dapat dilihat dari cara barista membangun personal branding di media serta profesionalitas dalam bekerja. Namun, untuk kehidupan *Back Stage* dapat diketahui dari pembahasan gaya hidup dan penghasilan sebagai barista.

Kata kunci : Dramaturgi (Front Stage, Back Stage), Barista, Media Sosial.

**BARISTA'S DRAMATURGY IN NORMA COFFEE SHOP
AND CIPADAS COFFEE SHOP PEKANBARU**

By: Jihan Noprinah

e-mail: jihan.noprinah3727@student.unri.ac.id

Supervisor: Drs. Yoskar Kadarisman, M.Si.

e-mail: yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology

Faculty of Social and Political Sciences

Kampus Bina Widya, Jl. H.R Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru

Pekanbaru 28293 Telp / Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The rapid interest of young people to pursue the barista's in Indonesia is influenced by the values and existence of social media. The phenomenon of barista dramaturgy on social media shows that there is a disparity in baristas who seek this profession to fulfill their daily needs. This study uses a descriptive qualitative research approach using the purposive sampling technique. Data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that baristas build personal branding on social media for self-existence and increase coffee shop marketing, but in the world of work personal branding is done to improve professionalism as a barista. Baristas who make this profession their main source of income cannot meet their daily needs because the income is not commensurate with the barista's dependents and lifestyle. The front stage of the barista can be seen from the way the barista builds personal branding in the media and professionalism at work. However, for Back Stage life, it can be seen from the discussion of lifestyle and income as a barista.

Keywords: Dramaturgy (Front Stage, Back Stage), Barista, Social Media.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi memiliki pengaruh besar terhadap perubahan berbagai aspek kehidupan manusia modern saat ini. Termasuk di dalamnya profesi manusia modern sebagai pemenuhan kehidupan sehari-harinya. Profesi bukan lagi dinilai sebagai bentuk pemenuhan untuk kebutuhan sehari-hari namun juga menjadi suatu citra diri dalam diri seseorang baik di dunia nyata maupun dunia maya. Dapat kita perhatikan dengan mengamati dalam kehidupan sehari-hari generasi millennial saat ini memiliki tujuan tersendiri dalam memilih suatu profesi yang akan mereka geluti.

Semakin maraknya perekonomian industri kreatif di Indonesia mengakibatkan banyaknya jenis bisnis yg dibangun generasi millennial termasuk banyaknya kedai kopi (*Coffee Shop*) yang menggunakan konsep terkini pada semua daerah perkotaan Indonesia yang tentunya membuka peluang & kesempatan bagi anak muda untuk menjadi seorang barista atau bartender. Profesi menjadi barista atau peracik minuman menjadi profesi yang kian digemari para kalangan kawula belia di Indonesia.

Secara umum, barista memang bekerja di kedai-kedai kopi, bar-bar kopi, atau *Coffee shop* dan biasanya mengoperasikan mesin-mesin espresso komersial yang cenderung rumit. mereka memiliki fokus kerja dalam mengukur seberapa besar suhu dan tekanan yang diperlukan untuk membuat espresso terutama karena espresso dikenal sebagai minuman yang agak rewel sehingga membuat espresso secara manual pun dianggap sebagai pekerjaan yang penuh keterampilan. Tentunya hal ini menjadi suatu kriteria tersendiri sebagai seorang

barista untuk memahami secara mendalam bagaimana menjadi seorang barista yang profesional.

Hal ini tidak lepas dari pengaruh eksistensi bahwa menjadi seorang barista tidaklah mudah sehingga barista makin diminati dan usaha kedai kopi (*Coffee Shop*) semakin berkembang dengan seiring berjalannya waktu untuk menunjukkan profesionalitas pekerja dan pemilik usaha kedai kopi. Menurut Toni Wahid dalam Nurcaya (2015), ada empat tips yang harus dimiliki jika ingin menjadi barista hebat. 1) Memiliki antusiasme memahami kopi, 2) Mampu mengoperasikan mesin espresso, 3) Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, 4) Memahami bisnis *Coffee Shop* Selain itu dibutuhkan usaha terus-menerus untuk mengembangkan diri agar menjadi barista yang hebat. Menurut Yuliandri (2017), barista tak hanya soal talenta, rasa, dan kopi. Tetapi juga kebiasaan yang kelak mendorong terciptanya semua harmoni di kedai kopi tempat ia berpijak.

Pekanbaru menjadi salah satu kota dengan perkembangan *Coffee Shop* yang meningkat di Indonesia, dengan angka yang cukup signifikan sejak masa pandemi mulai tahun 2020 sampai pada puncaknya di tahun 2021 hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dengan pesatnya pemasaran coffee shop secara *online* di media sosial instagram dengan menampilkan suasana coffee shop yang instagramable atau memiliki estetika desain bangunan yang bagus untuk menjadi tempat mengabadikan momen. Sehingga dengan perkembangan yang pesat ini membutuhkan tenaga kerja barista yang meningkat jumlahnya dari sebelumnya. Tentunya hal ini didasari dengan kriteria yang dibutuhkan *coffee shop* saat ini. *Coffee Shop* mengutamakan barista yang memiliki pengalaman kerja yang baik, namun saat ini *coffee shop* juga tetap membuka peluang besar kepada generasi muda yang tidak berpengalaman untuk memulai menggeluti

profesi ini untuk menambah wawasan di dunia perkopian.

Pesatnya minat konsumsi generasi muda terhadap kopi dan antusias dalam pembangunan industri kedai kopi (*Coffee Shop*) di Indonesia dan tingginya angka anak muda yang menggeluti profesi sebagai barista di Indonesia ternyata dipengaruhi nilai dan eksistensi dari media sosial terutama instagram. Media sosial Instagram adalah salah satu media sosial yang mempresentasikan diri penggunanya dalam bentuk video, gambar atau foto (Dewi dan Janitra, 2018). Hal ini dapat dilihat pada pemasaran yang dilakukan pada kedai kopi dengan melakukan promosi di seluruh aplikasi media sosial yang sedang tren saat ini seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Pemasaran coffee shop yang semakin meningkat di media sosial instagram juga memperlihatkan perkembangan branding bagi seorang barista. Banyak *coffee shop* yang mengandalkan profesi barista sebagai salah satu ide konten kegiatan *coffee shop* setiap harinya. Pekanbaru memiliki banyak coffee shop yang baru berkembang di dua tahun terakhir sejak pandemi Covid-19 dan langsung populer serta memiliki peminat banyak kalangan muda di Pekanbaru, seperti Langit Biru Coffee, Kaua Coffee, Major Coffee, Suar Coffee, Norma Coffee, Swa Coffee, Grenma Coffee, Japa Coffee, Nallar Coffee, Aksan Coffee, Leton Coffee, CoMa Coffee, Cipadas Coffee, Kaloka Coffee, One Alumni Coffee, Atlas Coffee, Sejawat Coffee, dan Tema Creative Coffee yang memaksimalkan branding coffee shop dan baristanya di media sosial Instagram. Data ini sesuai dengan survey dan observasi peneliti di media sosial instagram dengan melihat perkembangan konten media sosial *coffee shop* tersebut selama pra penelitian. Namun dengan banyak *coffee shop* tentu memiliki perbedaan dalam pengelolaan media sosial dan pemilihan kriteria dalam

memilih profesi barista yang dibutuhkan tenaga kerja di *coffee shop* tersebut.

Berdasarkan data tersebut peneliti tertarik meneliti di lokasi coffee shop yang memiliki perkembangan media sosial yang aktif menonjolkan karakter barista dengan kegiatannya, serta memiliki barista yang memiliki pengalaman kerja bersertifikasi dan keterampilan kerja yang berbeda-beda. Sehingga penelitian ini dilaksanakan di dua lokasi yang berbeda yakni Norma *Coffee Shop* dan Cipadas *Coffee Shop*. Kedua coffee shop ini memiliki keunikan masing-masing dalam segi manajemen, desain bangunan, suasana, dan pengelolaan branding di media sosial. Hal ini yang menjadi salah satu cara pemasaran di media sosial untuk menarik target pasar *coffee shop*. Tentunya nilai dan eksistensi kedai kopi dapat mempengaruhi karakteristik pemilihan barista di media sosial sebagai peracik minuman kedai kopi tersebut. Tidak ada karakteristik tertentu yang dibutuhkan jika seseorang ingin menjadi barista. Namun, perlu adanya syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi dan dijalankan bagi orang yang ingin menjadi barista. Sama halnya dengan peminat dari kedua *coffee shop* tersebut tentu berhubungan dengan pengelolaan media sosial yang baik serta kinerja barista yang profesional. Adanya kriteria profesionalitas tersebut, barista dinilai sebagai profesi yang harus memiliki keterampilan dan pengalaman yang baik dengan begitu barista menjadi profesi yang mendapatkan penghasilan yang tinggi diantara profesi yang ada di masyarakat. Sehingga, profesi barista yang dilihat di media sosial oleh masyarakat sangat menarik untuk digeluti. Namun, fenomena citra diri barista di media sosial ini memiliki ketidaksesuaian yang dialami beberapa barista yang menjadikan profesi ini sebagai sumber pemenuhan kebutuhan sehari-harinya, dengan ketidaksesuaian penghasilan menjadi barista. Untuk itu peneliti tertarik

terhadap fenomena sosial ini dengan membahas bagaimana citra diri seorang barista di media sosial dan bagaimana *back stage* seorang barista atau citra dirinya di dunia nyata dengan mengangkat kajian skripsi dengan judul “**Dramaturgi Profesi Barista di Norma Coffee Shop dan Cipadas Coffee Shop Pekanbaru**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan rumusan masalah yang dapat dibahas, diantaranya sebagai berikut.

1. Bagaimana barista membangun citra diri (*Front Stage*) di media sosial?
2. Bagaimana kehidupan *Back Stage* seorang barista dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, diperoleh tujuan penelitian ini dilakukan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kehidupan barista dalam membangun *Front Stage* di media sosial,
2. Untuk mengetahui *Back Stage* seorang barista dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi dalam dua manfaat, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
Memberikan tambahan wawasan pengetahuan dan kajian pengembangan Ilmu Sosiologi Perkotaan dengan fenomena profesi barista di Kota Pekanbaru, serta menjadi sumber bagi peneliti lain untuk meneliti fenomena yang ada kaitannya dengan kehidupan sosial profesi barista.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan penilaian dan perspektif baru terhadap dramaturgi kehidupan barista pada masa modern saat ini.
- b. Manfaat praktis dari penelitian ini menjadi sumber data dan analisis bagi peneliti selanjutnya mengenai dramaturgi profesi barista.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi social dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan kartakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri (Widodo, 2010).

Kata kunci dramaturgi adalah pertunjukan, kesan, area depan, belakang layar, setting, penampilan, dan gaya. Rasionalnya adalah sebagai berikut (Widodo, 2010): a) setiap interaksi sosial memiliki front stage (area depan) yang mirip dengan teater. Aktor menonjol dalam kostum dan peralatan yang mereka gunakan, baik di atas panggung maupun dalam kehidupan sehari-hari, b) dalam pementasan dan kehidupan sehari-hari, terdapat panggung dimana aktor dapat mundur sebagai persiapan untuk pementasan selanjutnya. Di belakang atau di depan aktor, dia bisa berganti peran dan bermain sendiri, c) ketika mendiskusikan pertunjukan individu, mereka mungkin menyajikan pertunjukan kepada orang lain, tetapi kesan para aktor mungkin berbeda.

Ada panggung depan dan panggung belakang, dan panggung depan adalah pertunjukan terpisah yang umumnya berfungsi secara teratur, tetapi menentukan situasi di mana pertunjukan itu berlangsung. Ini mencakup sikap dan fasad pribadi, yang

selanjutnya dikategorikan ke dalam penampilan (kesan) dan gaya (cara). Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan.

Dramaturgi terdiri dari *Front Stage* (panggung depan) dan *Back Stage* (panggung belakang). *Front Stage* (panggung depan) yaitu bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan. *Front Stage* dibagi menjadi dua bagian. Pertama, *Setting* yaitu pemandangan fisik yang harus ada jika sang aktor memainkan perannya, dan kedua *Front Personal* yaitu berbagai macam perlengkapan sebagai pembahasan perasaan dari sang aktor. *Back stage* (panggung belakang) yaitu ruang dimana disitulah berjalan skenario pertunjukan oleh “tim” (masyarakat rahasia yang mengatur pementasan masing-masing aktor).

Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman, menggambarkan bahwa interaksi individu ibaratkan seperti sebuah teater yaitu terdiri dari *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Pada *front stage*, terdapat adanya ‘*setting*’, dekorasi, atau hal-hal yang dapat mendukung penampilannya di *front stage*) (Goffman, 1956).

Erving Goffman mendalami dramaturgi dari segi sosiologi. Ia menggali segala macam perilaku interaksi yang kita lakukan dalam pertunjukan kehidupan kita sehari-hari yang menampilkan diri kita sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Cara yang sama ini berarti mengacu kepada kesamaan yang berarti ada pertunjukan yang ditampilkan.

Beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan Dramaturgi adalah ilmu yang menunjukkan pertunjukan manusia atau drama yang dapat berubah-ubah di panggung depan dan belakang sesuai dengan siapa manusia berinteraksi, dan dramaturgi menjadi suatu peran yang ditunjukkan manusia agar dirinya sesuai dengan apa yang ada di lingkungan sosialnya.

2. Barista

Menurut Edy Panggabean (2012) barista dapat diartikan kedalam Bahasa Indonesia menjadi peracik kopi atau orang yang mahir meracik kopi dan mengetahui ilmu perkopian. Hal ini menunjukkan bahwa barista merupakan bukan hanya peracik kopi tapi merupakan orang yang juga diiringi dengan pengetahuan mengenai kopi itu sendiri.

Menurut Masdakaty (2015), secara etimologi, kata barista sendiri adalah Bahasa Italia yang berarti *bartender*, yang menyajikan segala macam minuman bukan hanya kopi. Tapi seiring perkembangan jaman dan masuknya tren kopi ke Amerika dan Eropa, kata ini kemudian diadopsi menjadi yang sekarang kita kenal. Sementara di Italia sendiri, barista sering disebut *baristi* (untuk laki-laki) atau *bariste* (untuk perempuan). Barista juga memiliki atribut khas yang membuat barista terlihat ahli dalam bidangnya, yakni celemek (*apron*) yang digunakan memiliki fungsi yang berbeda dari celemek yang biasa digunakan oleh orang lain. *Apron* yang digunakan biasanya memiliki fungsi untuk membedakan profesionalitas seorang barista dan pendukung untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai seorang barista.

Menurut Barista Guild of Indonesia (BGI), barista adalah seorang profesional yang bekerja di kopi dengan pengalaman dan kualifikasi tertentu untuk menyeduh kopi dan minuman berbasis espresso lainnya sembari memperlihatkan keahlian, kualitas,

dan menciptakan sensasi kuliner yang kemudian akhirnya dapat dinikmati dan dihargai oleh semua orang.

Menurut Prasetyo (2011), seorang barista diharapkan punya pengetahuan lengkap tentang kopi, mulai dari proses budidaya & penanamannya, penyimpanan, pengeringan, pemanggangan & penggilingan biji kopi, pengemasan, waktu ekstraksi, suhu & kualitas air, *micro milk frothing*, pengoperasian & perawatan mesin kopi, latte art, hingga bagaimana menangani sisa kopi (disposal & recycling). Untuk menjadi barista profesional wajib mengikuti kelas barista & mengikuti serangkaian *test* supaya bisa menerima sertifikat atau surat keterangan menjadi barista ahli. Dalam pembinaan barista masih ada strata yaitu barista pemula & barista profesional, karenanya diperlukan fasilitas & ketika training / edukasi yg berbeda setiap tingkatannya. Pendidikan barista pemula sebatas dalam pedagogi pada menciptakan secangkir espresso yg sempurna, sedangkan ciptaan pada menciptakan latte art & keahlian pada testing kopi (*cupping test*) masuk dalam pedagogi untuk barista professional (Ignatius B.K, 2010).

Idealnya Barista yang baik adalah Barista yang dapat menjelaskan berbagai macam rasa kopi & dapat membuktikannya melalui rasa kopi yang ia buat, misalnya pelanggan ingin meminum kopi yang dominan pahit/asam. Barista dapat membuat kopi seesuai dengan yang diinginkan dgn mengkombinasikan jenis kopi yang sesuai, mengatur settingan Grinder untuk mengatur tingkat kehalusan bubuk kopi, mengatur tekanan pada proses tamping, dsb.

Selain kemampuan meracik kopi yang menentukan rasa, Barista juga dituntut dalam hal seni, hal ini salah satunya diterapkan dalam Latte Art, lukisan gambar yang terdapat pada permukaan foam Cappuccino. Semakin indah lukisan, semakin tinggi apresiasinya. Selain Latte Art, juga

ada teknik pembuatan Layer pada minuman jenis tertentu (Anisailah, R., & Arief, A. M. R., 2017).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dimana penulis berusaha mrengkaji, menganalisa, dan memahami fenomena secara mendalam dan sesuai fakta yang ada peneliti dapatkan di lokasi penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih peneliti ada di dua lokasi yang berbeda yakni Norma *Coffee* merupakan *coffee shop* yang berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Jalan Muchtar Lutfi No.69, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru. Lokasi Kedua adalah Cipadas *Coffee* merupakan *coffee shop* yang baru diresmikan buka pada tahun pandemi yakni tahun 2020 dan dikelola oleh anak muda asal tembilahan berada di Jalan Kakaktua, Kampung Melayu, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena memiliki kesesuaian fenomena dan kriteria subjek penelitian yang ingin diteliti.

Subjek dalam penelitian ini berjumlah enam orang barista, dua diantaranya memiliki sertifikasi resmi dari sekolah barista, empat lainnya sudah memiliki keterampilan teruji menjadi barista yang dilatih oleh *trainer* barista Pekanbaru dan untuk menghindari data yang tidak akurat maka penulis juga menggunakan Triangulasi Sumber dalam menguji keabsahan informasi, yang dalam hal ini adalah dua informan kunci.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang mana informannya dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan informan adalah dengan kriteria sebagai berikut: 1) barista yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat membangun promosi diri dan *coffee shop*, 2)

memiliki pengalaman kerja minimal 3 bulan (termasuk masa kerja *training*), dan 3) pernah mengikuti kelas pelatihan barista dengan trainer barista maupun sekolah barista.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu wawancara secara mendalam (*depth interview*), observasi dan dokumentasi. Dilengkapi dengan tiga teknik analisis data seperti pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), tampilan data (*data display*) dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

HASIL PENELITIAN

1. Kehidupan dan Citra Diri (*Front Stage*) Barista

Kehidupan barista saat ini yang sedang menjadi sorotan terkait dengan fenomena perkembangan dan populernya *Coffeeshop* modern di Pekanbaru. Kenyataan bahwa *Coffeeshop* mulai memaksimalkan pemasarannya di situs media sosial, terutama Instagram, dan mulai menonjolkan karakter barista sebagai bagian dari konten aktivitas sehari-hari.

Barista, yang biasanya dianggap sebagai peracik kopi dan minuman sejenis, kini diminati semua orang yang aktivitasnya terlihat asyik dan seru. Penampilan barista yang atraktif, *stylish* dan kekinian juga menjadi daya tarik bagi kaum muda dalam profesi ini. Hal ini juga menjadi peluang bagi barista untuk membangun panggung depan dengan sangat baik karena menghasilkan pandangan positif di kalangan muda-mudi.

Barista terlihat sebagai profesi yang mudah untuk dilakukan dan menarik di zaman seperti sekarang ini. Dengan berkembangnya teknologi, manusia akan lebih cepat mendapatkan informasi, termasuk dari media sosial. Barista menjadi cukup menonjol di media sosial saat ini

karena berkaitan dengan fenomena semakin maraknya perkembangan *coffee shop* di Indonesia, termasuk Kota Pekanbaru yang mulai terbuka akan perkembangan ekonomi di bidang F&B. Mengapa dapat dikatakan demikian, karena *coffee shop* memasarkan brand nya tidak lagi dengan teknik *word of mouth* tapi juga memaksimalkan secara *online* melalui media sosial, terutama instagram.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis terhadap subjek penelitian, mendapatkan penarikan kesimpulan mengenai kehidupan *Front Stage* yang meliputi latar belakang, personal branding dan gaya hidup barista.

a. Latar Belakang Barista

Latar belakang barista dikaji lebih mendalam oleh peneliti dengan membahas definisi profesi barista menurut perspektif subjek, serta motivasi dan alasan subjek memilih profesi barista sebagai pekerjaan yang digeluti saat ini.

Pernyataan informan menjelaskan bahwa barista adalah peracik kopi yang memahami teknik pembuatan kopi serta sistem pelayanan konsumen yang benar. Barista sebagai peracik kopi sebaiknya memiliki kemampuan membangun interaksi yang baik serta memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, sehingga makna barista tidak lagi dilihat sebagai pramusaji ataupun peracik kopi yang bekerja di bar.

Motivasi dan alasan informan untuk menjadi seorang barista dan memilih profesi barista saat ini karena adanya minat terhadap dunia barista, mendapatkan tawaran kerja, dan keinginan serta kesempatan untuk mendapatkan pengalaman dan penghasilan tambahan. Motivasi ini menunjukkan bahwa alasan mereka menjadi barista adalah untuk mendapatkan pengalaman dan penghasilan.

b. Personal Branding

Personal Branding menjadi suatu hal yang penting bagi setiap orang, karena hal

ini membantu seseorang untuk mempresentasikan dirinya dengan menampilkan sosok yang ingin ditampilkannya. *Personal Branding* pun harus dibangun dengan konsistensi yang baik agar terbentuk citra diri yang ingin dilihat.

Sama halnya dengan barista, barista akan membangun *Personal Branding* mereka untuk mencapai tujuan yang berbeda-beda. Barista memiliki cara masing-masing dalam membangun *Personal Branding*nya. Barista membangun *Personal Branding* dimulai dari hal kecil seperti memberi pelayanan yang baik ke konsumen, membagikan kegiatan saat kerja di media sosial instagram, dan ada juga yang memperluas relasi agar dapat dikenal di kalangan barista lain. Hal ini sangat unik karena dengan profesi yang sama, barista dapat mengeksplor dengan bebas bagaimana menonjolkan karakter di panggung depan.

Personal Branding barista seharusnya juga dapat memaksimalkan citra diri melalui media sosial seperti halnya coffeeshop yang ingin meningkatkan pemasarannya, dengan cara tetap melihat kehidupannya saat bekerja, sehingga dengan citra diri yang ingin mereka sampaikan dapat menunjukkan karakter yang sebenarnya seperti tetap tampil dengan menjalankan profesi dengan baik. Hal ini dapat berpengaruh dengan perjalanan karir yang lebih luas dan berkembang.

c. Gaya Hidup Barista

Gaya hidup menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan seorang barista, karena hal ini akan menonjolkan karakter mereka bagaimana mereka ingin dilihat. Berdasarkan pernyataan yang disampaikan informan menjelaskan dominan gaya hidup barista sangat lekat dengan profesinya sebagai barista, karena kegiatan dan minat yang mereka lakukan mendukung karir dan profesionalitas mereka dalam bekerja. Hal

ini dilakukan karena penyesuaian adaptasi saat bekerja sampai ke tahap menjadi kebiasaan. Selain itu, gaya hidup mereka kurang lebih sama dengan kegiatan sesuai peran yang mereka lakukan diluar profesinya, seperti mengerjakan pekerjaan domestik, kuliah, mengelola usaha, melakukan hobi, dan lain-lain.

2. Kehidupan *Back Stage* Barista

Panggung belakang (*Back Stage*) seorang barista menjadi suatu hal yang ingin diketahui khalayak ramai akhir-akhir ini, karena profesi yang cukup menonjol di media sosial instagram ini, memicu pertanyaan besar bagaimana kehidupan dibalik karakter barista yang menjadi sosok utama dari fenomena pertumbuhan coffee shop yang meningkat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap subjek penelitian yakni barista, dapat ditarik dua hal yang meliputi kehidupan panggung belakang seorang barista yaitu Profesionalitas Barista dalam bekerja dan Pemenuhan Kebutuhan Sehari-hari seorang barista.

a. Profesionalitas Barista

Profesionalitas Barista menjadi bentuk kemampuan perilaku maupun tindakan profesional dalam menjalankan profesi barista. Barista pada umumnya memiliki tugas pekerjaan yang hampir sama, namun barista memiliki profesionalitas agar dapat membangun citra diri yang baik sebagai barista profesional.

Media sosial saat ini menonjolkan karakter barista sebagai pekerjaan yang menarik dan mendukung citra diri yang bagus, dikarenakan sosok ini tidak lepas dari ciri khas penampilan dengan *apron* yang tergantung serta kegiatan yang dibagikan di instagram membuat kesan profesional semakin terlihat. Hal ini menjadi panggung depan yang dapat dijadikan barista modern untuk wadah dalam menampilkan diri mereka. Informan menyatakan beberapa

hal yang menjadikan seseorang dapat dikatakan sebagai barista profesional, sehingga dapat terlihat profesionalitas barista yang sebenarnya selain dengan penilaian dari media sosial instagram.

Profesionalitas barista sesuai pemahaman dan pengalaman informan selama bekerja, tentunya ini berpengaruh terhadap pengalaman dari barista yang memiliki jam terbang dan kemampuan yang berbeda pula. Sehingga, dapat disimpulkan dari bahwa profesionalitas barista dapat dilihat dari sudut pandang lain selain di media sosial instagram yang terlihat menarik dan menonjol, yakni diantaranya: 1) memiliki lisensi atau sertifikasi resmi yang menunjukkan keahlian dan kemampuan yang barista punya, 2) menguasai keseluruhan teknik pembuatan kopi serta ilmu kebaristaan, 3) memiliki kepribadian yang baik, 4) memahami sistem pelayanan ke konsumen secara benar, 5) memiliki gaya hidup yang sehat, dan 6) mengikuti kompetisi kemampuan barista.

b. Pemenuhan Kebutuhan Sehari-hari

Pembahasan sub bab ini berkaitan dengan alasan dan motivasi barista memilih profesi ini sebagai pekerjaan yang mereka pilih dengan beragam pernyataan. Tentunya, banyak yang memilih profesi barista untuk mendapatkan pemasukan. Namun, pada sub bab ini peneliti akan membahas tentang barista dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dengan penghasilan dan tanggungan yang mereka miliki.

Pendapatan seorang Barista di Kota Pekanbaru bisa diperkirakan mulai dari Rp 1.500.000 hingga Rp 2.100.000 per bulan. Dengan penghasilan tersebut, barista menciptakan sumber penghasilan bagi dirinya dan keluarganya. Ketidaksesuaian antara pendapatan dan profesionalisme sebagai tanggungan dan barista terlihat jelas pada barista yang pendapatannya berasal dari profesi ini. Kesenjangan ini menunjuk

pada manajemen dalam merespon kebutuhan dan gaya hidup sehari-hari mereka sebagai barista. Menunjukkan adanya Dramaturgi atau kehidupan barista yang layaknya drama yang memiliki panggung depan dan belakang. Dapat terlihat perbedaan panggung depan seorang barista yang memiliki personal branding dan gaya hidup yang mereka ingin perlihatkan kepada orang, dan perbedaan antara tuntutan profesional dan pendapatan rendah di belakang panggung untuk mendukung kebutuhan barista sehari-hari.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan fenomena dan hasil dari pembahasan di atas, maka penulis menarik beberapa kesimpulan untuk memudahkan para pembaca dalam memahami secara ringkas dan sederhana, adapun beberapa kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Kesimpulan dari kehidupan *Front Stage* barista dapat dilihat dari 3 hal yakni Latar Belakang Barista, *Personal Branding*, dan Gaya Hidup dengan uraian sebagai berikut.

- a. Latar belakang

Barista sebagai peracik kopi sebaiknya memiliki kemampuan membangun interaksi yang baik serta memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, sehingga makna barista tidak lagi dilihat sebagai pramusaji ataupun peracik kopi yang bekerja di bar. Motivasi dan alasan mereka untuk menjadi seorang barista dan memilih profesi ini saat ini karena untuk mendapatkan pengalaman dan penghasilan.

- b. *Personal Branding*

Barista memiliki cara masing-masing dalam membangun *Personal Branding*nya. Hal ini sangat unik karena dengan profesi yang sama, barista dapat

mengeksplor dengan bebas bagaimana menonjolkan karakter di panggung depan. *Personal Branding* barista seharusnya juga dapat memaksimalkan citra diri melalui media sosial seperti halnya coffeeshop yang ingin meningkatkan pemasarannya, dengan cara tetap melihat kehidupannya saat bekerja, sehingga dengan citra diri yang ingin mereka sampaikan dapat menunjukkan karakter yang sebenarnya seperti tetap tampil dengan menjalankan profesi dengan baik.

c. Gaya Hidup Barista

Dominan gaya hidup barista sangat lekat dengan profesinya sebagai barista, karena kegiatan dan minat yang mereka lakukan mendukung karir dan profesionalitas mereka dalam bekerja. Hal ini dilakukan karena penyesuaian adaptasi saat bekerja samai ke tahap menjadi kebiasaan.

2. Kesimpulan dari kehidupan *Back Stage* barista dapat dilihat dari 2 hal yakni Profesionalitas Barista dan Pemenuhan Kebutuhan sehari-hari dengan uraian sebagai berikut.

a. Profesionalitas Barista

Profesionalitas barista dapat dilihat dari sudut pandang lain selain di media sosial instagram yang terlihat menarik dan menonjol, yakni diantaranya: 1) memiliki lisensi atau sertifikasi resmi yang menunjukkan keahlian dan kemampuan yang barista punya, 2) menguasai keseluruhan teknik pembuatan kopi serta ilmu kebaristaan, 3) memiliki kepribadian yang baik, 4) memahami sistem pelayanan ke konsumen secara benar, 5) memiliki gaya hidup yang sehat, dan 6) mengikuti kompetisi kemampuan barista.

b. Pemenuhan Kebutuhan sehari-hari

Ketidaksesuain penghasilan dengan tanggungan dan profesionalitas sebagai barista terlihat dari barista yang menjadikan profesi ini sebagai sumber penghasilan. Ketidaksesuain ini terlihat dari pengelolaan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan gaya hidup sebagai barista. Hal ini menunjukkan adanya Dramaturgi atau kehidupan barista yang layaknya drama yang memiliki panggung depan dan belakang. Dapat terlihat perbedaan panggung depan seorang barista yang memiliki personal branding dan gaya hidup yang mereka ingin perlihatkan kepada orang, dengan panggung belakang dengan tuntutan profesionalitas dan penghasilan yang kurang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seorang barista.

Saran

Saran yang dapat diberikan terhadap kehidupan *Front Stage* dan *Back Stage* barista adalah sebagai berikut.

1. Personal Branding yang ingin ditampilkan ataupun ditonjolkan sebaiknya menyesuaikan dengan profesionalitas dalam bekerja maupun dalam kehidupan sehari-hari sehingga citra diri yang dibangun memberikan dampak positif dari barista baik di media sosial maupun dunia profesional. Begitupun dengan gaya hidup barista yang menyukai eksplor terhadap kopi sebaiknya dimaksimalkan untuk meningkatkan *skill* dan pengaruh bagi orang lain dengan kemampuan seorang barista bukan sekedar nongkrong yang membuang banyak waktu untuk kepentingan yang sama setiap ngumpul, hal ini bisa dialihkan dengan berbagi gaya hidup sehat dan mengeksplor banyak edukasi di media sosial mengenai dunia perkopian agar ilmu yang sudah

didapat juga dapat dirasakan manfaatnya bagi pengikut maupun orang yang melihat media sosial seorang barista.

2. Mengenai penghasilan dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari barista seharusnya dapat mengelola keuangan dengan baik dan benar, atau mencari sumber pemasukan lain jika penghasilan saat ini tidak mencukupi. Alternatif lain, bisa kelola uang untuk meningkatkan keterampilan dan pengalaman kerja agar nantinya dapat meningkatkan jenjang karir di *coffee shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisailah, R., & Arief, A. M. R. (2017). *Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista di Krema Koffie Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Dewi, R. dan Janitra, P. A. (2018) 'Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), pp. 340–347
- George Ritzer dalam Suko Widodo, (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Media Publishing.
- Goffman, E. (1956) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Harymawan. (1986). *Dramaturgi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyanto, Sri dan Suharyanto, Edy. (2012). *Kopi, Seduhan, dan Kesehatan*. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.
- Ritzer, George. (2012). *Teori Sosiologi: Dari Modern Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono, (2017): *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Masdakaty, Yulinn. (2015). Sekilas Tentang Barista. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/sekilas-tentang-barista/>
- Yuliandri, Mustika Treisna. (2015). 6 Profesi Penting dalam Dunia Kopi. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/6-profesi-penting-dalam-dunia-kopi/>