

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL KOMUNITAS KAMPUNG KOPI DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI BONDOWOSO REPUBLIK KOPI  
( BRK )**

Roki Albalafif, Hery B Cahyono  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Muhammadiyah Jember  
Jl. Karimata no. 49 Jember  
E-Mail: [Rockyalbalafif1996@gmail.com](mailto:Rockyalbalafif1996@gmail.com)

**Abstrak**

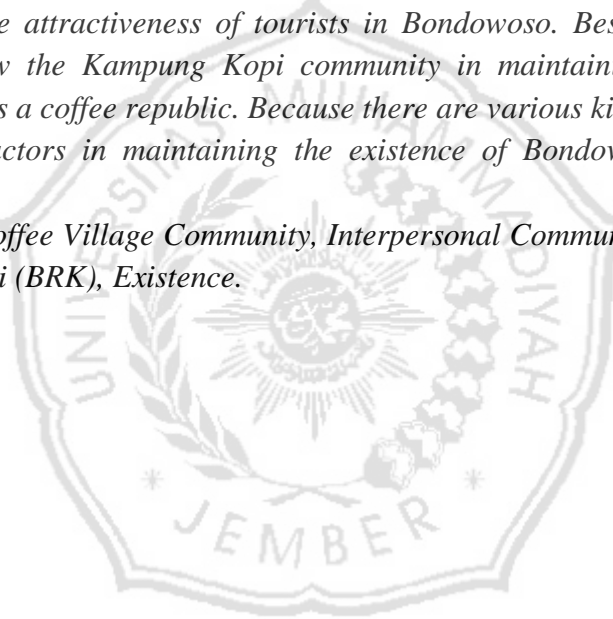
Skripsi ini menganalisis Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi dengan pihak Disarpورا dan juga Bank Jatim. Kampung Kopi merupakan kolektif dari beberapa pemilik kedai yang ada di Bondowoso yang bergabung menjadi satu komunitas. Dimana komunitas Kampung Kopi ini ingin menunjukan kopi khas Bondowoso dan juga ingin mengangkat kota Bondowoso sebagai kota republik kopi terhadap masyarakat luas. Jadi Kampung Kopi menjalin kerjasama dengan pihak terkait yaitu Disarpورا dan juga Bank Jatim dimana mereka mempunyai hubungan komunikasi Interpersonal untuk mengeksistensikan Bondowoso sebagai kota Republik kopi. Karena melihat dari potensi kopinya, kota Bondowoso memang dikenal dengan kopi *arabica* dan *robusta* sehingga Bondowoso dijuluki sebagai “Bondowoso Republik Kopi”. Dengan tujuan meningkatkan kuantitas dari produksi kopi dan meningkatkan daya tarik wisatawan di Bondowoso. Selain itu disini juga membahas bagaimana komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi kota Bondowoso sebagai republik kopi. Karena ada berbagai macam faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK).

**Kata Kunci** : Komunitas Kampung Kopi, Komunikasi Interpersonal, Bondowoso Republik Kopi (BRK), Eksistensi.

### **Abstract**

*This thesis analyzes the Interpersonal Communication of the Coffee Village Community with Disarpora and Bank Jatim. Coffee Village is a collective of several shop owners in Bondowoso who join into one community. Where the Coffee Village community wants to show typical Bondowoso coffee and also wants to raise the city of Bondowoso as the city of the Republic of coffee to the wider community. Becoming a Coffee Village cooperates with related parties, namely Disarpora and Bank Jatim where they have an Interpersonal communication relationship to estimate Bondowoso as the Republic of Coffee city. Seeing the potential of the coffee, the city of Bondowoso is known for its arabica and robusta coffee so Bondowoso was dubbed the "Republic of Coffee Bondowoso". With the aim of increasing the quantity of coffee production and increasing the attractiveness of tourists in Bondowoso. Besides that, here also discusses how the Kampung Kopi community in maintaining the existence of Bondowoso as a coffee republic. Because there are various kinds of inhibiting and supporting factors in maintaining the existence of Bondowoso Republik Kopi (BRK).*

**Keywords:** *Coffee Village Community, Interpersonal Communication, Bondowoso Republik Kopi (BRK), Existence.*



## PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi sekarang ini budaya, mobilitas, dan gaya hidup masyarakat Indonesia berubah karena dipengaruhi oleh dunia luar. Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup di kota besar maupun kota kecil di Indonesia, pertumbuhan kedai kopi pun menjadi cukup pesat. Tempat kopi dapat menjadi pertemuan dengan rekan bisnis, bersantai, bahkan tempat diskusi anak muda. Oleh karena itu meminum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, dimana kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang amat diminati pada zaman saat ini. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. Di Indonesia sendiri dapat dikatakan telah lama menjadi kebiasaan. Bagi sebagian orang, meminum kopi sudah menjadi rutinitas. Ada beberapa alasan, mulai dari pengusir rasa kantuk, hingga menjadi penyemangat sebelum memulai aktifitas. Dari kedai kopi tingkat tradisional yang menyediakan jenis kopi biasa sampai kedai kopi kelas premium. Beberapa contoh kedai kopi yang ada di Indonesia seperti Starbucks Coffee, The Coffee Bean and Tea Leaf, dan masih banyak yang lainnya, kedai kopi menyediakan berbagai jenis kopi nusantara serta berbagai cara penyeduhan yang unik. Tempat kopi saat ini tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang tinggal di perkotaan. Meminum kopi di kedai kopi membuat mereka mendapat kepuasan untuk diri mereka. Suasana kedai kopi yang nyaman

membuatnya sering dijadikan tempat untuk berdiskusi, pertemuan bisnis, bersantai atau berkumpul dengan teman (Mahaly Mem, Sh, 2016).

Seperti kota Bondowoso yang terletak di Jawa Timur dengan sebutan kota Tape, yang saat ini dikenal dengan sebutan BRK (Bondowoso Republik Kopi), Sejak pemerintahan Bondowoso mulai mengembangkan tanaman kopi di kawasan Ijen Raung. Saat ini kota Bondowoso mengangkat kopi untuk dijadikan salah satu *iconic* Bondowoso. Sejak dideklarasikan oleh Bupati Bondowoso, Amin Said Husni, sebutan BRK (Bondowoso Republik Kopi) yang berkolaborasi dengan komunitas “Kampung Kopi Bondowoso” sudah banyak melahirkan rasa penasaran bagi penikmat kopi serta dampak positif bagi Kabupaten Bondowoso. BRK sendiri merupakan brand kopi Bondowoso yang di jalankan oleh komunitas kampung kopi. Salah satu dampak positifnya adalah meningkatnya permintaan akan komoditas kopi. Karena Bondowoso sendiri kaya akan kebun kopi yang pusatnya di daerah ijen raung. Selain konsumen dari local dan mancanegara, konsumen Kopi Arabika Java Ijen Raung sekarang ini juga mencakup para pecinta kopi yang menganggap kopi jenis ini sebagai “*origin coffee*” atau kopi asli.

Kampung Kopi yaitu suatu kolektif dari beberapa kedai yang ada di Bondowoso yang menjadi satu komunitas, yang dibangun atas inisiatif para pelaku kopi yang ada di Bondowoso. Dimana mereka menjalin kerjasama atau hubungan interpersonal antara komunitas Kampung Kopi, disparpora dan juga Bank Jatim. Dari kerjasama Kampung Kopi dengan instansi terkait

dengan tujuan mempertahankan suatu *Icon* Bondowoso yaitu Bondowoso Republik Kopi. Karena dengan kerjasama mereka sangatlah menguntungkan bagi BRK sendiri untuk tetap eksis dalam mempertahankan Kopi Bondowoso. Kampung Kopi yang saat ini menjadi sorotan bagi masyarakat Bondowoso ataupun dari luar kota untuk mengunjungi kekampung kopi untuk mencapai rasa penasaran dari kopi asli produksi Bondowoso. Dengan tujuan meningkatkan kuantitas dari produksi kopi dan meningkatkan daya tarik wisata di Bondowoso. Acara Kampung Kopi ini dipusatkan di alun-alun ibukota kabupaten, Kampung Kopi hadir rutin tiap bulan 1 kali di minggu ke 2 selama 3 hari di akhir pekan. Dari belasan stand, ada banyak gaya barista menyeduh kopi. Beragam citarasa dan mendorong kompetisi antar pemilik kedai. Misalnya dari tata letak alat-alat dan sarana warung, juga cara penyampaian informasi maupun komunikasi antar anggota.

Selain itu Kampung Kopi juga mempunyai program untuk mengajak teman-teman kreatif maupun komunitas dari Bondowoso untuk bisa *perform* yang telah disediakan wadah untuk hiburan pada acara kampung kopi, supaya ada daya tarik dari masyarakat Bondowoso maupun dari luar kota untuk berkunjung ke acara Kampung Kopi yang didukung oleh instansi terkait maupun pemerintah Bondowoso sendiri. Karena BRK sendiri kalau tidak ada kampung kopi, bisa saja tidak akan eksis akan kopi Bondowoso, meskipun BRK sendiri milik pemerintah Bondowoso, karena yang menjalankan BRK sendiri yaitu komunitas Kampung Kopi. Dengan kampung kopi eksistensi BRK tetap

terjaga, supaya Bondowoso akan dikenal akan kopi maupun kedai kopinya oleh masyarakat luas. Kampung Kopi juga menjalin kerjasama dengan Disparpora dan Bank Jatim dalam mengadakan acara Festival kopi Bondowoso, dimana anggota dari Kampung Kopi tersebut mengadakan rapat bersama dengan instansi terkait demi terealisasinya sebuah acara besar di Bondowoso yaitu festival kopi, dan juga mengundang artis dari luar kota Karina Nadyla “ Putri Pariwisata Indonesia “ dan acara tersebut sukses digelar oleh komunitas Kampung Kopi Bondowoso.

Komunikasi merupakan unsur yang paling penting dalam mendukung tercapainya sebuah tujuan didalam organisasi maupun komunitas. Maka dari itu pentingnya sebuah komunikasi dapat dilakukan secara tertata dan dipimpin secara bijak oleh ketua dari komunitas tersebut. Berbagai metode dapat diterapkan untuk mendekatkan hubungan antar personal semakin dekat sehingga setiap individu memiliki jiwa loyalitas yang kuat, dengan tingginya sebuah jiwa loyalitas maka peluang dedikasi terhadap komunitas dari setiap individu akan semakin besar.

Komunitas Kampung Kopi ” saat ini sangat baik dalam menjaga dan memperluas eksistensi Bondowoso Republik Kopi yang dibangun dengan berbagai metode komunikasi Interpersonal. Dengan adanya permasalahan yang timbul dalam menjalankan visi misi komunitas Kampung Kopi menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam

Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK )”.

### Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?
2. Faktor apa yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi.
2. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi.

---

### TINJAUAN PUSTAKA

---

#### Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi Interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut. Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada sesama serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan

kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun. Komunikasi memungkinkan terjadi kerjasama sosial, membuat kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlihat dalam komunikasi mendapatkan latarbelakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat mempengaruhi efektivitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi , baik simbol verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan. (Devito,1989).

Komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau *komunikasi antarpribadi* merupakan komunikasi

yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya. Atau dengan kata lain, komunikasi interpersonal adalah salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya. Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan (Devito,1989).

Komunikasi interpersonal oleh Devito dalam Liliweri (1991, 112) didefinisikan sebagai pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik secara langsung. Selanjutnya bahwa komunikasi interpersonal, individu selain menunjukkan perhatian juga menunjukkan seberapa jauh perhatian itu diberikan. Semakin besar interaksi interpersonal yang ada menunjukkan semakin besar perhatian seseorang pada orang lain yang diajak komunikasi, sebaliknya semakin sedikit komunikasi interpersonal yang terjadi semakin kecil orang memperhatikannya. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terkandung dalam tatap muka dan saling mempengaruhi, mendengarkan, menyampaikan pernyataan, keterbukaan, kepekaan yang merupakan cara paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang dengan efek

umpan balik secara langsung (Devito,1989).

## **Model Komunikasi Interpersonal**

### **1. Model Pertukaran Sosial**

Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Thibault Kelley, dua orang pemuka utama dari model ini, menyimpulkan model pertukaran sosial sebagai berikut, “Asumsi dasar yang mendasari seluruh analisis kami adalah bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya. “Ganjaran, biaya, laba, dan tingkat perbandingan merupakan empat konsep pokok dalam teori ini. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 120)

a. Ganjaran ialah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Nilai suatu ganjaran berbeda beda antara seseorang dengan yang lain, dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain. Buat orang kaya, mungkin penerimaan sosial (*social approval*) lebih berharga daripada uang. Buat si miskin, hubungan interpersonal yang dapat mengatasi

- kesulitan ekonominya lebih memberikan ganjaran daripada hubungan yang menambah pengetahuan.
- b. Biaya adalah akibat yang dinilai negatif, yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan, dan keruntuhan harga diri dan kondisi kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber kekayaan individu atau dapat menimbulkan efek efek yang tidak menyenangkan. Seperti ganjaran, biaya pun berubah ubah sesuai dengan waktu dan orang yang terlibat didalamnya.
- c. Hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi biaya. Bila seseorang individu merasa, dalam suatu hubungan interpersonal, bahwa ia tidak memperoleh laba sama sekali, ia akan mencari hubungan lain yang mendatangkan laba. Misalnya, anda mempunyai kawan yang pelit dan bodoh. Anda banyak membantunya tetapi hanya sekedar persahabatan dengan dia tidak putus. Bantuan anda (biaya) ternyata lebih besar dari pada nilai persahabatan (ganjaran) yang anda terima. Anda rugi. Menurut teori pertukaran sosial hubungan anda dengan sahabat yang pelit itu retak dan digantikan dengan hubungan baru dengan orang lain.
- d. Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada waktu sekarang. Ukuran baku ini dapat berupa pengalaman individu pada masa lalu atau alternatif hubungan lain yang terbuka baginya. Bila pada masa lalu, seorang individu mengalami hubungan interpersonal yang memuaskan tingkat perbandingannya turun.

## 2. Model Peranan

Bila model pertukaran sosial memandang hubungan interpersonal sebagai transaksi dagang, model peranan melihatnya sebagai panggung sandiwara. Di sini setiap orang harus memainkan peranannya sesuai dengan “naskah” yang telah dibuat masyarakat. Hubungan interpersonal berkembang baik bila setiap individu bertindak sesuai dengan ekspektasi peranan (*role expectation*) dan tuntutan peranan (*role demands*), memiliki keterampilan peranan (*role skills*), dan terhindar dari konflik peranan dan kerancuan

peranan. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 121)

Ekspetasi peranan mengacu pada kewajiban, tugas, dan hal yang berkaitan dengan posisi tertentu dalam kelompok. Tuntutan peranan adalah desakan sosial yang memaksa individu untuk memenuhi peranan yang telah dibebankan kepadanya. Dalam hubungan interpersonal, desakan halus atau kasar dikenakan pada orang lain agar ia melaksanakan peranannya. Keterampilan peranan adalah kemampuan memainkan peranan tertentu; kadang disebut juga kompetensi sosial. Di sini sering dibedakan antara keterampilan kognitif dan keterampilan tindakan. Keterampilan kognitif menunjukkan kemampuan individu untuk memersepsi apa yang diharapkan orang lain dari dirinya –epsketasi pernana. Keterampilan tindakan menunjukkan kemampuan melaksanakan peranan sesuai dengan harapan harapan ini. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 121)

Konflik peranan terjadi bila individu tidak sanggup mempertemukan berbagai tuntutan peranan yang kontradiktif, misal seorang bapak yang berperan sebagai polisi untuk menangani perkara anaknya, atau wanita muda yang memainkan peranan istri, ibu dan pengacara sekaligus; atau bila individu merasa bahwa ekspetasi peranan tidak sesuai dengan nilai nilai yang dianutnya dan konsep diri yang

dimilikinya. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 61)

### 3. Model Permainan

Model ini berasal dari psikiater Erie Berne (1964, 1972) yang menceritakannya dalam buku *Games People Play*. Analisisnya kemudian dikenal sebagai analisis transaksional. Dalam model ini, orang-orang berhubungan dalam bermacam macam permainan. Mendasari permainan ini ada tiga bagian kepribadian manusia –orang tua, orang dewasa, dan anak (*Parent, Adult, Child*). Orang tua adalah aspek dari orang tua kita atau orang lain yang kita anggap orang tua kita. Orang dewasa adalah bagian kepribadian yang mengolah informasi secara rasional, sesuai dengan situasi, dan biasanya berkenaan dengan masalah masalah penting yang memerlukan pengambilan keputusan secara sadar. Anak adalah unsur kepribadian yang diambil dari perasaan dan pengalaman kanak kanak, serta mengandung potensi intuisi, spontanitas, kreativitas, dan kesenangan. Dalam hubungan interpersonal, kita menampilkan salah satu aspek kepribadian kita (Orang tua, Orang dewasa, Anak), dan orang lain membalasnya dengan salah satu aspek tersebut juga. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 122)

### 4 . Model Interaksional

Model interaksional di kembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses



komunikasi dua arah di antara pada komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah yaitu dari pengiriman kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Model interaksional berlawanan dengan model *stimulus-respon* ( S-R ) dan beberapa model linier lainnya. Model interaksional menganggap manusia jauh lebih aktif. Kualitas simbolik secara implisit terkandung dalam istilah “interaksional”, sehingga model interaksional berada dengan interaksi biasa yang di tandai dengan pertukaran *stimulus-respon*. Model ini merujuk pada model komunikasi — yang di kembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif simbolik, tokoh utamanya George Hebert. Model interaksional sebenarnya sulit untuk digambarkan pada model diagramatik, karena karakternya yang kualitatif, nonsistemik, dan nonlinier. Model yang lebih sesuai untuk melukiskan model ini adalah model verbal. Beberapa konsep penting yang di gunakan dalam model ini yaitu diri (*Self*), diri yang lain (*Other*), simbol, makna, penafsiran, dan tindakan. Blumner mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar model ini yaitu :

1. Manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya ( simbol verbal, nonverbal, lingkungan fisik )
2. Makna berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya.
3. Makna diciptakan, dipertahankan, dan di ubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

Jadi interaksional yang di anggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role taking*). Diri (*self*) berkembang lewat interaksi dengan orang lain, dimulai dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga (*significant others*) dalam suatu tahap yang disebut tahap permainan (*play stage*) dan terus berlanjut hingga ke lingkungan luas dalam suatu tahap yang disebut tahap pertandingan (*game stage*). (Jalaludin Rahmat, 2012 : 123)

Jadi, model interaksional memandang hubungan interpersonal sebagai suatu sistem. Setiap sistem memiliki sifat struktural, integratif dan medan. Semua sistem terdiri

dari subsistem-subsistem yang saling tergantung dan bertindak bersama sebagai suatu kesatuan. Selanjutnya, semua sistem mempunyai kecenderungan untuk memelihara dan mempertahankan kesatuan. Bila ekuilibrium dari sistem terganggu, segera akan diambil tindakannya. Setiap hubungan interpersonal harus dilihat dari tujuan bersama, metode komunikasi, ekspektasi dan pelaksanaan peranan. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 123)

Contoh dalam model interaksional ini yaitu kedua orang dengan budaya yang berada saling berkenalan. Dalam perkenalan tersebut kedua komunikator pasti akan berinteraksi dengan menanyakan nama, alamat, nomor telepon ataupun yang lain. Jika dalam obrolan itu mereka sudah menemui titik klop, seperti tokoh idola mereka yang sama, pasti mereka berdua lebih membuka diri dalam membicarakan tentang dirinya dan juga tokoh idolanya tersebut, sehingga proses interaksi mereka dapat menyatu dan saling memberikan timbal balik (*feedback*). Dalam konteks ini komunikasi berlangsung secara efektif. (Jalaludin Rahmat, 2012 : 124)

---

## **METODE PENELITIAN**

---

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami

oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Dalam metode penelitian kualitatif terdapat lima macam ciri utama, Metode penelitian kualitatif adalah metode yang lebih menekankan pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. ciri-ciri tersebut antara lain :

1. Penelitian kualitatif memiliki setting-setting alami sebagai sumber data langsung dan peneliti kebidangan merupakan instrument utamanya.
2. Penelitian kualitatif yang bersifat diskriptif merupakan data yang terkumpul dalam bentuk kata atau gambar bukan dalam bentuk angka.
3. Penelitian kualitatif yang menekankan pada proses kerja. yaitu seluruh fenomena yang dihadapi diterjemahkan dalam kegiatan sehari-hari terutama dalam bidang kebidanan.
4. Penelitian kualitatif cenderung menggunakan pendekatan induktif.
5. Penelitian kualitatif yang memberikan titik tekan pada makna dan fokus pada masalah kehidupan manusia.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif dimulai dari lapangan dan berdasarkan pada lingkungan alami bukan pada teori.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Whitney dalam Moleong (2012:150) bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan

interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan-hubungan,

### **Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memilih Komunitas Kampung Kopi Bondowoso yaitu untuk mengetahui bagaimana Peran Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ( BRK ), karena BRK sendiri menjalin kerjasama dengan komunitas Kampung Kopi Bondowoso untuk memperkenalkan kopi maupun kedai kopi di bondowoso.

Dari pertimbangan berbagai macam faktor komunitas Kampung Kopi memilih lokasi penelitian di DISPARPORA Jl. Ahmad Yani No.64, Badean, Kabupaten Bondowoso – Jawa timur dengan beberapa alasan, yaitu :

1. Tempat kumpulnya komunitas Kampung Kopi yaitu di Disparpora, karena didukung oleh Disparpora sendiri untuk menjalin kerjasama dalam meningkatkan kopi bondowoso.
2. Meningkatkan wisatawan dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjungi Kampung Kopi Bondowoso.
3. Memiliki wewenang untuk memindahkan Kampung Kopi ke tempat yang lebih layak untuk berjualan.

### **Jenis dan Sumber Data**

Gambaran tentang informan dari pakar komunikasi yaitu informan pangkal dan informan

kunci. Informan pangkal adalah orang yang dilihat mampu memberi informasi secara umum dan mampu menunjukan orang lain sebagai informan kunci yang dapat memberikan informasi lebih dalam. Koentjaraningrat (1989 : 130).

Data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dari informan. Sasaran penelitian ini adalah anggota komunitas kampung kopi dan dinas pariwisata pemuda dan olahraga, yang dimana akan dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini. Informan adalah yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian.

Selain itu yang dijadikan hanyalah yang dapat memberikan sumber informasi terhadap permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, oleh karena itu sampel (contoh) di pilih secara *Snowball sampling* yang memiliki arti, *Snowball sampling* adalah pemilihan sampel yang dilakukan secara serial dan beruntun untuk menunjuk orang lain yang dapat memberikan informasi, responden ini diminta pula menunjuk orang lain, dan seterusnya ( Nasution, 1992 : 32).

- a) Ketua dan anggota komunitas Kampung Kopi Bondowoso.

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini pengumpulan sumber data yang digunakan yaitu dengan cara melakukan wawancara kepada narasumber yang terkait objek, dan juga melakukan studi akan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Adapun dua klasifikasi dalam teknik pengumpulan data, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

## **Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh di lapangan melalui cara wawancara kepada para informan terkait dengan interaksi antara komponen komunikasi yang terjadi dalam proses komunikasi yang terjadi dalam proses komunikasi, baik secara verbal ataupun non verbal. Selain itu peneliti juga melakukan suatu pengamatan yang disebut observasi.

## **Metode Wawancara**

Wawancara merupakan sumber informasi studi kasus yang sangat penting karena peneliti dapat bertatap muka secara langsung dengan narasumber yang berada dalam lingkup penelitian serta mencari data-data yang dibutuhkan. Wawancara merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Teknik wawancara itu sendiri digunakan untuk sebagian besar data yang digunakan dalam pemikiran, perasaan, dan persepsi informal.

## **Metode Observasi Non Partisipan**

Metode observasi non partisipan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan pancaindra. Peneliti akan mengamati secara langsung bagaimana dan seperti apa masalah yang berkaitan dengan penelitian di lapangan tempat penelitian. Dalam

observasi ini, penulis menggunakan pengamatan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, peristiwa, proses, atau perilaku.

## **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang di publikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Pada penelitian ini di peroleh data sekunder dengan teknik dokumentasi.

## **Metode Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan sumber-sumber data yang berasal dari buku, literature, majalah, internet, arsip atau dokumen. Metode ini merupakan metode tambahan dalam melengkapi pengumpulan data yang berkaitan dengan permasalahan. Hal ini demi menunjang data primer yang telah diperoleh di lapangan. Selain itu metode ini diperlukan untuk menambah tingkat keaslian hasil penelitian. Dari metode ini bahkan diperoleh data mengenai karakteristik lokasi penelitian dan berbagai data sekunder yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Oleh karena itu penulis menggunakan foto sebagai dokumentasi dalam penelitian ini.

## **Metode Penentuan Sampel**

Ada empat rancangan sampling dalam kategori sampel

probabilitas : (1) sampling random sederhana, (2) sampling sistematis, (3) sampling berstrata, (4) sampling klaster. Dalam hal ini peneliti menggunakan rancangan sampling berstrata.

Sampling berstrata melibatkan pembagian populasi ke dalam kelas, kategori, atau kelompok yang disebut strata. Karakteristik strata meliputi kota, daerah, suku bangsa, jenis kelamin, status, usia, dan sebagainya.

Adapun dua jenis sampel strata, yaitu proporsional dan disproporsional. Dalam sample strata proporsional, dari setiap strata diambil sample yang sebanding dengan besar setiap strata. Pada sampel strata, pecahan sampling untuk setiap strata sama. Dari jumlah keseluruhan yang dapat diambil 10% dari setiap strata. Dalam hal seperti itu disarankan metode sampling strata disproporsional. Di sini, dari setiap strata diambil jumlah sampel yang sama. Di dalam analisis data nantinya setiap strata dikalikan dengan bobot strata tersebut.

### **Metode Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dapat diinterpretasikan. Dengan sudah terkumpulnya data yang diperoleh dan wawancara mendalam yang didapat dari para narasumber, peneliti mendeskripsikan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Informasi yang didapat dari pengumpulan pada saat penelitian ditulis dalam suatu uraian dan laporan. Uraian dan laporan tersebut

nantinya di reduksi, dirangkum, dipilih-pilih hal-hal yang penting, dikelompokkan berdasarkan permasalahan, yang nantinya akan disusun secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami.

Reduksi data adalah suatu cara merangkum, memilih hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya, membuang yang tidak dibutuhkan oleh peneliti. Data yang telah direduksi dapat memberikan suatu gambaran yang lebih jelas dan dapat memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Agar data yang telah direduksi dapat membentuk satu makna dan informasi yang dapat dipahami, data tersebut harus disusun dalam bentuk narasi.

Penelitian kualitatif dapat menghasilkan kesimpulan, yaitu temuan yang sebelumnya belum ada. Temuan ini dapat berupa suatu gambar dari suatu objek, hubungan kausal maupun interaktif, hipotesis maupun teori.

Penelitian kualitatif ini nantinya dapat menjawab rumusan masalah di awal, namun bisa saja tidak dapat menjawab rumusan masalah, karena penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.

---

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

---

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan.**

Penelitian pola komunikasi interpersonal ketua umum komunitas Kampung Kopi sebagai penanggung jawab atas anggotanya dengan segala kegiatan dan program kerja yang dilaksanakan oleh komunitas

Kampung Kopi, serta pola komunikasi interpersonal antara anggota dan anggota juga pengurus dan anggota dalam menjaga keharmonisan antar sesama dengan menerapkan sistem jaringan sebagai pola koordinasi antar anggota dan pengurus. Penelitian juga dilakukan untuk mencari faktor-faktor apa saja yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi

Penelitian ini dilakukan beberapa informan yaitu Mahaly Mem, Sh sebagai ketua umum, Bagas Dewantara sebagai Humas, Resita Dwi sebagai sekretaris, Ravi Cahyo Wisanggeni sebagai bendahara dan Kaka Patriono sebagai anggota aktif.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di komunitas Kampung Kopi Bondowoso, hasilnya sebagai berikut :

### **Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi.**

#### **Kerjasama**

Komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi. Sedangkan komunikasi

Interpersonal atau antarpribadi adalah komunikasi anatara orang-orang secara tatap muka.

*“Ya tentunya saya sebagai leader harus bisa mengatur bagaimana anggota saya bisa berkoordinasi secara struktural. Dalam sebuah organisasi, kelompok atau komunitas pasti ingin visi misinya tercapai. Begitu juga di komunitas Kampung Kopi dengan memberikan materi kepada anggota saya bagaimana koordinasi yang struktural maka, dengan adanya metode ini mereka sudah tau apa yang harus berkoordinasi”.* (Mahaly Mem, Sh, 38 Th)

*“Sistem ini dirancang dengan saya untuk menentukan “siapa seharusnya berbicara kepada siapa” agar pekerjaan dapat selesai. Sedangkan Sistem ini berjalan baik di komunitas Kampung Kopi, saya hanya perlu mengadakan “briffing” kepada anggota yang baru masuk agar paham dengan sistem koordinasi yang ada di komunitas Kampung Kopi”.* (Mahaly Mem, Sh, 38 Th)

*“Selain antar anggota kita juga memerlukan kerjasama dari pihak luar, ada berbagai macam instansi yang kita ajak kerjasama seperti Disparpora dan Bank Jatim Iya kalo di awal kita perlu mengakrabkan diri saja dengan orang – orang yang berpengaruh di instansi*

*tersebut karena itulah salah satu cara agar proposal kita bisa diterima di instansi tersebut”. (Bagas Diwantara, 23 Th)*

Dari paparan wawancara di atas, dengan adanya sistem pengatur alur informasi, setiap anggota organisasi dapat mengetahui “siapa berbicara kepada siapa”. Sistem ini disebut dengan *communication networks* atau jaringan komunikasi yaitu sebuah pola hubungan regular antara individu dengan individu lainnya dimana alur informasi berjalan dalam sebuah organisasi. Sehingga sistem semacam ini mempermudah Ketua Umum dalam Pengkoordinasian. Hal tersebut dijelaskan oleh Mahaly Mem, Sh sebagai ketua umum.

Ketika sesama anggota dan pengurus berkomunikasi dalam suatu organisasi, kelompok atau komunitas mereka membutuhkan suatu sistem untuk mengatur alur informasi. Tidak hanya organisasi berskala besar yang memiliki tingkat kompleksitas yang begitu tinggi namun juga organisasi berskala kecil.

## **1. Disparpora**

Dalam sebuah mencapai visi dan misi suatu acara tentu sebelumnya dibutuhkan saat dimana kita harus serius dalam berdiskusi, yaitu saat diadakannya rapat. Rapat diadakan ketika ada suatu program kerja yang akan dilaksanakan agar bisa terkoordinir dengan baik. Di dalam rapat Disparpora dengan komunitas “Kampung Kopi” tentunya menggunakan bahasa yang formal karena secara attitude juga memang sudah seharusnya

disamping itu disana bisa belajar tentang profesionalitas diri. Didalam suatu hubungan atau rapat namanya perbedaan pendapat sudah merupakan suatu hal yang biasa karena dari situ hubungan komunikasi yang baik adalah saling melengkapi antara keduanya tersebut.

*“Sejauh ini kita mengadakan rapat saat akan melaksanakan sebuah program kerja. Dari situ hubungan antara Disparpora dan Komunitas “Kampung Kopi” mendapatkan timbal balik yang saling menguntungkan, karena perlunya adanya hubungan dengan dinas terkait supaya tujuan yang diinginkan berjalan dengan mudah dan bisa memberikan peluang yang sangat besar bagi pihak Kampung Kopi sendiri”. ( Bagas Diwantara, 23 Th )*

*“Ya saya sebagai humas yang bertugas untuk menjalin hubungan baik dengan pihak luar pun perlu menjaga komunikasi, terkadang saya mengajak orang – orang instansi untuk ngopi santai bersama saya di kedai agar hubungan kita semakin dekat”. ( Bagas Diwantara, 23 Th )*

*“Ya saya percaya dengan adanya komunitas Kampung Kopi ini bisa mempertahankan dan mengembangkan eksistensi Bondowoso sebagai republik kopi, karena disitu saya melihat potensi di komunitas Kampung Kopi dari beberapa*

*aspek. Tentunya kita pun tidak semudah itu menjalin sebuah kerjasama dengan berbagai company karena banyak sekali yang harus dipertimbangkan dan tidak sedikit yang kami tolak juga.”. ( Hary Disparpora, 45 Th )*

Dari paparan wawancara diatas dalam berkomunikasi sangatlah penting dalam menjalin kerjasama karena adanya feedback yang saling menguntungkan seperti Disaparpora keuntungannya adanya dayatarik wisatawan untuk mengetahui langsung kopi Bondowoso.

## **2. Bank Jatim**

Dalam hubungan Interpersonal antara Bank Jatim dengan komunitas “Kampung Kopi” saling memberikan peluang, karena hubungan diantara keduanya saling menguntungkan. Dari pihak Bank Jatim sendiri memberikan fasilitas berupa stand dan finansial Demi tercapainya suatu visi dan misi anggota Kampung Kopi dalam mempertahankan “Bondowoso Republik Kopi”(BRK).

*“Kita mendapatkan suport dari instansi terkait demi tercapainya suatu tujuan. Ketika ngobrol-ngobrolan dengan kepala Bank Jatim selaku yang mendirikan Kampung Kopi kita selaku anggota kampung kopi merasa sangat senang, karena dari situ banyak masukan dari kepala bank jatim dalam menjalankan program kerja kampung kopi*

*demi tercapainya suatu visi dan misi”.( Mahaly Mem, Sh, 38 Th )*

*“Tentunya kita perlu bolak – balik ketika mengajukan proposal karena pada saat itu hubungan kita tidak sedekat ketika bekerja sama dengan Disparpora. Masalah pertama yang di hadapi adalah penulisan proposal yang diajukan komunitas kampung kopi kurang bisa diterima oleh kami. Ya pada akhirnya kita pun menerima kerja sama ini karena melihat potensi yang ada pada komunitas Kampung Kopi”. (Mahaly Mem, Sh, 38 Th)*

Dari paparan diatas hasil komunikasi antara keduanya saling memberikan respon yang positif dan *feedback* yang baik yang saling menguntungkan dalam mempertahankan sebuah *iconic* Bondowoso yaitu Bondowoso Republik Kopi (BRK).

## **3. Masyarakat**

Menjalin hubungan komunikasi dengan masyarakat sangatlah penting karena ketika menjalin hubungan kerjasama demi program kerja yang baik, kita memerlukan masyarakat untuk bisa membantu mensukseskan Kampung Kopi dalam menjalankan program kerjanya. Komunikasi dua arah harus dimanfaatkan dengan baik dan membutuhkan pendekatan secara pelan-pelan.

*“Saya pribadi memang membutuhkan sekali*



*masyarakat supaya bisa mendukung program kerja kami. Salah satu contohnya dalam mempromosikan Kampung Kopi dan juga Bondowoso Republik Kopi supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya masyarakat bondowoso sendiri. Saya suka banget tempatnya, suasananya hangat memang cocok untuk dibuat tempat ngopi” . (Agung, 27 Th)*

*“ Awalnya sih karena ada teman saya yang bekerja disini akhirnya saya coba datang dan ternyata suasananya memang sangat interesting buat saya. Apalagi dengan adanya suguhan musik membuat saya semakin betah buat duduk dan ngopi. Kualitas kopinya bisa di pertanggung jawabkan karena saya termasuk pencinta kopi saya juga sangat suka melihat proses penyeduhannya dan para baristanya pun ramah”. (Dhorit, 40 Th)*

Dari paparan diatas banyak sekali keuntungan Kampung Kopi, karena mendapatkan respon yang baik dari masyarakat Bondowoso sendiri untuk mengenalkan Kampung Kopi lebih dikenal oleh wisatawan dari luar kota.

## **Kegiatan**

### **1. Acara Bulanan**

Kampung Kopi ini merupakan kolektif dari pemilik

kedai yang ada di Bondowoso yang memiliki hubungan antar kedai sehingga membentuk suatu komunitas. Acara Kampung Kopi ini langsung dibina oleh pihak disparpora untuk berjualan dipusatkan di alun-alun ibukota kabupaten Bondowoso. Kampung Kopi ini langsung dukung oleh pemkab hadir rutin tiap bulan 1 kali di minggu ke 2 selama 3 hari di akhir pekan. Dari 14 stand, ada banyak gaya barista menyeduh kopi. Acara ini bekerja sama dengan pihak Disparpora, tentu saja ini bukan menjadi hal yang sulit bagi komunitas Kampung Kopi dalam menjalin kerja sama, karena sebelumnya Kampung Kopi dan Disparpora sudah sering bekerja sama dan hubungan keduanya terjalin baik berkat komunikasi yang sehat dan intens.

*“ Setiap tahun kita memiliki beberapa proker salah satunya acara bulanan yang kita adain secara rutin tiap bulan 1 kali di minggu ke 2 selama 3 hari di akhir pekan. Karena bertempat di alun – alun yang dimana merupakan pusat kota membuat ketertarikan konsumen semakin besar apalagi dengan dekorasi yang simple membuat suasana hangat dan nyaman.” (Mahaly Mem, Sh :38)*

*“ Acaranya sih nyantai , ada rundown tapi kondisional dan suguhan utamanya musik , ya jamming gitu dan para pengunjungnya bisa request, pokoknya acaranya*

*kita bikin santai dan asyik.”  
( Bagas Dewantara, 23 Th)*

Dari hasil wawancara di atas kegiatan rutin tersebut tidak bisa dilaksanakan setiap hari karena memang ada pihak – pihak lain yg memiliki hak untuk berjualan juga, maka dari itu komunikasi adalah jalan terbaik untuk menentukan solusi dari sebuah masalah.

## **2. Hari Jadi Bondowoso**

Peringatan Hari Jadi ke-198 Bondowoso (Harjabo) diadakan di Alun – Alun kota Bondowoso, dalam acara Harjabo komunitas Kampung Kopi bekerja sama melalui pengajuan dan ide dari beberapa anggota kepada ketua umum Kampung Kopi. Setelah mendapat persetujuan dari Ketua Umum maka diadakan rapat untuk membahas acara ini. Dari mulai anggaran, kerjasama, fasilitas dan sebagainya di musyawarahkan demi terstrukturnya acara ini. Komunitas Kampung Kopi bekerja sama dengan Disparpora dan melibatkan jasa *Event Organizer* (EO) lokal yaitu *Kaka Production* untuk mempermudah komunitas Kampung Kopi dalam mengadakan acara Harjabo tersebut.

*“ Awalnya sih itu bertepatan Hari Jadi Bondowoso dan kebetulan kita ada jadwal buka stand di alun- alun, ya akhirnya kita rencanain membuat acara yang lebih besar dari sebelumnya karena tentunya banyak warga Bondowoso yang pergi ke pusat kota untuk merayakan Hari Jadi Bondowoso. Kebetulan waktu*

*itu ada bapak Bupati Bondowoso Amien Said Husni yang sengaja berkunjung ke kedai kami dan mencicipi beberapa produk kami, seketika itu juga antusiasme para pengunjung meningkat “. ( Bagas Diwantara, 23 Th )*

*“ Ada pihak jurnalis juga times indonesia yang meliput acara ini dan kebetulan mengambil beberapa scene tentang kampung kopi ya tentunya ini sangat menguntungkan buat kami sebagai promosi gratis “. ( Ravi Cahyo, 29 Th)*

Perlunya ada suport dari pemerintah dalam kegiatan komunitas Kampung Kopi karena pemerintah pun membutuhkan sebagai peningkatan atau mempertahankan sebuah eksistensi Bondowoso sebagai Republik Kopi. Jadi antara komunitas Kampung Kopi dan Pemerintah Bondowoso saling membutuhkan maka dari itu perlunya menjaga komunikasi antara keduanya.

## **3. Jazz Republik Kopi**

Pagelaran Musik Jazz Republik Kopi di Bondowoso adalah acara yang diadakan oleh Bank Jatim untuk promosikan potensi Kabupaten Bondowoso, utamanya Bondowoso Republik Kopi dan potensi wisata usai gelaran Jazz Republik Kopi di halaman Bank Jatim utara, Alun-alun Raden Bagus Asra, Bondowoso Jawa Timur, Sabtu 5 Mei 2018 malam. Bank Jatim disini bekerja sama dengan pihak Disparpora dalam mengadakan acara.

Sedangkan komunitas Kampung Kopi sendiri diundang untuk menjadi pengisi acara dengan membuka beberapa stand kedai kopi sehingga masyarakat yang datang menikmati musik jazz juga bisa menikmati produk kopi lokal Bondowoso.

*“ Karena sebelumnya kita pernah bekerja sama dengan pihak Bank Jatim dan waktu itu Bank Jatim ingin mengadakan acara dan ingin mengajak komunitas Kampung Kopi untuk bekerja sama mengadakan acara yang bernama Jazz Republik Kopi. Acara ini lumayan besar karena mendatangkan berbagai macam bintang tamu yang besar dari luar kota , acara ini juga menutup jalan karena memang volume para pengunjung sangat besar ”. ( Bagas Dewantara, 23 Th )*

*“ Tentu saja tingkat konsumtif sangat besar mengingat volume pengunjung yang besar juga. Memang waktu itu kita mendapat keuntungan yang besar tapi sebagian dana kami sisihkan untuk uang khas persiapan untuk beberapa biaya untuk acara selanjutnya”. ( Ravi Cahyo, 29 Th)*

Jazz Republik Kopi merupakan acara yang cukup besar, tetapi berkat hubungan komunikasi yang baik antara Bank Jatim dan Komunitas Kampung Kopi maka acara tersebut bisa berjalan lancar.

#### **4. Acara Minum Kopi Gratis**

Kabupaten Bondowoso, yang dikenal dengan sebutan Bondowoso Republik Kopi (BRK), Jawa Timur, membagi-bagikan kopi gratis jenis Arabika dan Robusta kepada masyarakat umum. Bagi-bagi kopi gratis tersebut adalah dalam rangka Hari Kopi Internasional (International Coffee Day 2017) yang jatuh pada 1 Oktober. Perayaan Hari Kopi Internasional itu digelar di Alun-Alun Ki Bagus Asra, Kabupaten Bondowoso, Minggu 1 Oktober 2017. Acara ini diadakan oleh Pemkab Bondowoso yang bekerja sama dengan Disparpora dan Komunitas Kopi. Disini komunitas Kampung Kopi membuka beberapa stand kedai kopi. Sehingga kopi yang dibagikan secara gratis adalah murni dari produk komunitas Kampung Kopi. Karena memang komunikasi yang dibangun dari awal antara komunitas Kampung Kopi dengan pihak Disparpora baik, maka tidak sulit dalam mengadakan kerja sama untuk membuat suatu acara.

*“ Acara ini murni untuk kegiatan promosi dalam menaikan eksistensi Bondowoso sebagai Republik Kopi dan syukur antusiasme masyarakat Bondowoso cukup bagus ” . ( Mahaly Mem, Sh, 38 Th )*

*“ Untuk asupan dana kita menggunakan dana sisa dari keuntungan dari acara sebelumnya yang memang kita persiapkan untuk acara ini. Kegiatan kopi gratis ini memang dibuat tidak terlalu besar karena melihat biaya yang digunakan cukup*

*besar sehingga acara ini dibuat sederhana dengan memaksimalkan dana yang sanagat tipis. Tentunya karena relasi yang semakin luas membuat kami semakin mudah untuk melakukan kerja sama dalam mengadakan suatu acara “. ( Bagas Dewantara, 23 Th )*

Selain untuk kegiatan promosi, kegiatan ini merupakan bentuk pendekatan juga antara produsen dan konsumen. Sehingga konsumen bisa lebih mengenal apa itu komunitas Kampung Kopi, dalam hal ini para pemilik kedai harus mampu menguasai materi materi yang berhubungan dengan komunitas Kapung Kopi.

## **5. Festival Kopi Nusantara Bondowoso**

Bupati Bondowoso Amin Said Husni, membuka Festival Kopi Nusantara dengan peserta berasal dari berbagai daerah penghasil kopi di Indonesia yang dilaksanakan di Alun-alun Ki Bagus Asra, Kabupaten Bondowoso pada Jumat 25 Agustus 2017 "Peserta festival kopi nusantara, khusus lomba uji cita rasa kopi, masing-masing kelompok tani yang masuk 11 dari 84 nominasi terbaik kopi arabika maupun 10 dari 26 kopi robusta yang hadir saat ini di antaranya, kelompok tani asal Lampung, Aceh dan dari kelompok tani kopi Bondowoso," kata Amin Said yang juga "Presinden Republik Kopi Bondowoso" itu seusai membuka festival di Lapangan Hasanudin, Kecamatan Sempol, Bondowoso, Jawa Timur. Sama dengan acara sebelumnya, walaupun acara ini diadakan oleh pihak

Pemkab Bondowoso, tetapi tetap membutuhkan kerja atau komunikasi interpersonal sama dengan pihak Disparpora dan Komunitas Kampung Kopi. Hanya saja yang berbeda disini komunitas Kampung Kopi melakukan kerja sama juga dengan berbagai komunitas dan para produsen kopi, karena memang acara ini mengundang berbagai *brand* yang menjual dan memproduksi kopi sendiri.

*“ Acara ini acara yang paling besar karena komunitas Kampung Kopi bekerja sama langsung dengan pemerintah kabupaten dan tentu saja karena acara ini tingkat nasional maka cakupannya paling luas dibanding acara acara sebelumnya. Masyarakat yang datang tidak cuman dari Bondowoso saja tetapi dari luar kota sangat banyak yang antusias utamanya para pecinta kopi. Kalo soal biaya kita tidak perlu pusing karena sepenuhnya ditanggung oleh pemerintah kabupaten. Tidak cuman sebatas kopi saja sih acaranya karena banyak juga kesenian – kesenia lokal yang ditampilin disini sehingga menjadi daya tarik tersendiri “. ( Mahaly Mem, Sh, 38 Th)*

Banyak sekali manfaat yang didapatkan dari acara tersebut, salah satunya para barista atau produsen kopi yang berkumpul sehingga mereka bisa saling sharing atau komunikasi.

## **Faktor apa yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?**

Ada dua macam faktor Kampung Kopi yang membuat eksistensi Bondowoso Republik Kopi bertahan, yaitu faktor penghambat dan pendukung.

### **Faktor Pendukung**

#### **1. Fasilitas dari instansi terkait**

Menjalin hubungan yang baik dengan siapa saja sangat diperlukan, selain memperluas relasi juga terkadang kita saling membutuhkan sehingga menjalin hubungan yang baik dan sehat akan mendapatkan *feedback* yang baik pula. Komunitas Kampung Kopi menjalin hubungan baik dengan beberapa kantor instansi terkait seperti dengan Pemerintah Kabupaten (Pemkab), Disparpora, Bank Jatim dan lain – lain. Sehingga komunitas Kampung Kopi diberi ruang atau tempat yang layak untuk melaksanakan berbagai program kerja, tentunya tugas humas lah yang paling besar dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak.

*“Saya sebagai humas di komunitas Kampung Kopi sudah menjadi tugas saya untuk membuat hubungan yang sehat melalui jalur komunikasi yang baik. Karena untuk bekerja sama dengan perusahaan besar ataupun dinas terkait tidak sembarangan kita mengajukan proposal karena kita harus mendapat kepercayaan dari pihak yang*

*kita ajak kerja sama.”. ( Bagas Dewantara, 23)*

*Kalo saya sih pendekatan secara pelan - pelan dulu dengan beberapa orang yang berperan penting di instansi itu kalo sudah akrab baru saya ajak kerja sama, karena memang kita butuh kepercayaan untuk menjalin sebuah kerja sama. Proposal yang bagus ya belum tentu di acc, karena dari pihak instansi pun banyak pertimbangan untuk menyetujui proposal yang diajukan. Kalo komunitas Kampung Kopi sendiri sudah merencanakan banyak program kerja, hanya saja karena butuh biaya yang besar dan dukungan, akhirnya kita menjalin kerja sama dengan beberapa pihak instansi.”. ( Bagas Dewantara, 23 Th )*

*“Kita bekerja sama dengan Disparpora untuk mendapatkan fasilitas tempat yang layak membuka kedai atau stand, kita mengajukan alun – alun Bondowoso sebagai tempat untuk mebuca kedai dan beberapa stand, Alhamdulillah dari Disparpora merespon positif karena Disparpora ingin menjadika Kampung Kopi sebagai destinasi wisata terbaru di Bondowoso. Jadi waktu itu kita sedang ada acara dan buka kedai di Alun – Alun ternyata ada kunjungan dari bupati untuk melihat seperti apa Kampung Kopi.”( Kaka Patriono, 25 Th )*

Menjalin hubungan baik dengan instansi sangat diperlukan demi lancarnya program kerja, yang terpenting adalah *feedback* antara pihak satu dengan lainnya bisa seimbang. Karena kalau sudah saling menguntungkan nantinya kedepannya akan berjalan dengan lancar dan terus berkesinambungan.

## 2. Bimbingan dari Disparpora

Menjalin kerja sama yang baik bisa saja mendapatkan berbagai macam bentuk kerja sama, tidak hanya fasilitas dan pendanaan tetapi banyak bentuk dukungan lainnya, salah satunya *mentoring*. Selain fasilitas tempat komunitas Kampung Kopi mendapat dukungan langsung bimbingan dari Disparpora dalam memenejemen sebuah oragansasi, kelompok ataupun komunitas. Karena dari pihak Disparpora pun lebih professional jika dibandingkan anggota yang ada di kounitas Kampung Kopi.

*“Kita bersyukur banget dibimbing langsung oleh Disparpora dalam memenjemen organisasi yang ideal demi tercapainya visi – misi kita. Dengan bimbingan dari Disparpora sangat bermanfaat sekali bagi para anggota (personal) karena secara tidak langsung kita mendapat ilmu baru dan membangun karekter diri serta menjadikan kita lebih professional lagi dalam menjalani pekerjaan di bidang apapun”. ( Mahaly Mem, Sh, 38 Th )*

*“Saat itu terjadi masalah miss komunikasi*

*yang fatal maka dari itu kami dari Disparpora berinisiatif membantu dalam manajemen di organisasinya, kami mengirimkan orang dari Disparpora untuk membimbing langsung para anggota komunitas Kampung Kopi. Setelah berjalan beberapa bulan syukur manajemen di komunitas Kampung Kopi menjadi lebih baik dan lebih tertata”. ( Rudy Disparpora, 45 Th )*

Bimbingan dari pihak yang lebih professional juga diperlukan agar dapat membangun karakter diri dan bisa berkomunikasi lebih baik dengan orang – orang yang lebih professional juga. Karena tentunya berbeda cara kita berkomunikasi dengan instansi perlu tingkat professional yang baik juga.

## 3. Dukungan Bank Jatim

Menjalin hubungan dengan instansi merupakan hubungan yang sangat memberikan peluang yang sangat besar dalam menjalankan kerjasama, karena Bank Jatim sendiri yang menemukan ide mendirikan Kampung Kopi supaya semua kedai yang berada di Bondowoso dapat berkumpul menjadi satu tempat. Dengan dukungan Bank Jatim dapat menjalankan suatu hubungan yang baik dengan Kampung Kopi seperti memberikan stand buat Kampung Kopi untuk melaksanakan berbagai program kerja.

*“Dengan dukungan dari Bank Jatim sangatlah menguntungkan bagi anggota kampung kopi karena mendapatkan stand dan juga*

*dukungan berupa finansial dalam menjalankan program kerjanya dan bersyukur sekali karena kita selaku pelaku kopi bondowoso bisa berkumpul menjadi satu aliran”.*( Mahaly Mem, Sh, 38 Th )

*“Ada sih, di program kerja selanjutnya kita berencana mengadakan event dengan mengadakan kerja sama dengan Bank Jatim. Hubungan dengan Bank Jatim memang tidak sedekat dengan Disparpora tetapi Alhamdulillah kita masih di support”.* ( Bagas Dewantara, 23 Th )

Menjalin hubungan dengan instansi sangatlah diperlukan untuk terwujudnya suatu program kerja, karena dengan hubungan instansi terkait mampu memudahkan terlaksananya suatu tujuan.

#### **4. Minat Konsumen**

Menarik minat konsumen memerlukan berbagai macam strategi khusus, setiap orang punya caranya masing – masing salah satunya dengan promosi. Komunitas Kampung Kopi juga disupport dalam kegiatan promosi yaitu mencetak beberapa banner secara gratis oleh pihak Bank Jatim sehingga diberbagai sudut kota dipasang banner sebagai salah satu kegiatan promosi.

*“ Dalam kegiatan promosi kita mendapat support dari Bank Jatim cabang Bondowoso berupa supply dana untuk mencetak*

*banner sebagai salah satu bahan promosi. Tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi kita karena dana yang dikeluarkan untuk percetakan banner cukup besar bagi kita. Setelah berbagai macam kegiatan promosi akhirnya membuahkan hasil yang setimpal pengunjung pun berdatangan, tidak hanya itu, kita pun memberikan pelayanan yang optimal agar minat konsumen tetap terjaga dan konsumen bisa bertambah secara kuantitas . Melihat proses penyeduhan dan bisa belajar bersama barista yang ada di kedai adalah yang membuat saya tertarik karena tidak semua tempat ngopi bisa melayani pelanggannya sebaik ini. Kalo saya sih karena tempat yang nyaman dan dengan suguhan musik sangat enak untuk dinikmati”.* (Kaka Patriono, 25 Th)

Dengan pelayanan optimal terhadap konsumen seperti berkomunikasi dengan sopan dan ramah akan meningkatkan menjaga minat konsumen setelah promosi. Pelayanan kurang baik maka promosi yang dilakukan bisa percuma karena dari *first impression* adalah peluang terbesar dalam memperluas kuantitas konsumen. Jika bisa menarik kepercayaan konsumen maka tingkat konsumtif bisa bertambah dan kuantitas konsumen pun juga bertambah begitupun sebaliknya jika kesan pertama sudah buruk maka konsumen hanya datang karena rasa penasaran dari kegiatan promosi yang dilakukan.

## Faktor Penghambat

Tidak banyak hanya pendukung, ada juga hambatan – hambatan yang dilalui agar bisa mencapai visi – misi yang diharapkan. Hambatan memiliki arti yang sangat penting dalam setiap melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan. Suatu tugas atau pekerjaan tidak akan terlaksana apabila ada suatu hambatan yang mengganggu pekerjaan tersebut. Hambatan merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Setiap manusia selalu mempunyai hambatan dalam kehidupan sehari-hari, baik dari diri manusia itu sendiri ataupun dari luar manusia.

Hambatan cenderung bersifat negatif, yaitu memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang. Dalam melakukan kegiatan seringkali ada beberapa hal yang menjadi penghambat tercapainya tujuan, baik itu hambatan dalam pelaksanaan program maupun dalam hal pengembangannya. Hal itu merupakan rangkaian hambatan yang dialami seseorang dalam belajar. Hambatan belajar adalah suatu hal atau peristiwa yang ikut menyebabkan suatu keadaan yang menghambat dalam mengaplikasikannya pada saat proses pembelajaran berlangsung.

Begitupun yang dialami komunitas Kampung Kopi, ada beberapa hambatan yang harus dihadapi agar bisa mencapai sebuah visi – misinya. Ada kalanya persiapan “payung sebelum hujan” yang maksudnya persiapan solusi sebelum hambatan itu datang. Tetapi terkadang ada beberapa hambatan

yang tak terduga datang dan harus mencari solusinya waktu itu juga.

*“ Ya tentu ada hambatan yang kita hadapi, ada beberapa pihak yang merasa rugi dengan adanya komunitas Kampung Kopi. Harga yang sering naik turun dari petani membuat para pemilik kedai sulit menentukan harga. Kadang sih kesulitan juga ketika ada masalah personal antar anggota, pada akhirnya ketika ada kegiatan dan rapat tidak bisa maksima. Tetapi walaupun banyak hambatan yang terjadi kita berusaha menyelesaikannya dengan komunikasi yang baik karena kita menanamkan sikap kekeluargaan ke semua anggota”. ( Kaka Patrianto, 25 Th )*

## 2. Fluktuasi harga kopi di kebun

Tidak dapat dipungkiri harga bahan pokok seperti beras, minyak, gula dan lain – lain mengalami fluktuasi yang begitu cepat. Termasuk kopi di kebun yang harganya tiba – tiba bisa naik dan turun disebabkan cuaca saat ini yang tidak menentu, hal ini mempersulit penjualan kopi di kedai. Karena di kedai Kampung Kopi tidak mungkin mengubah harga jual secepat harga jual di kebun. Karena konsistensi harga perlu stabil, harus ada persiapan matang apabila ingin menaikkan harga jual. Hal ini menjadi masalah yang cukup serius untuk komunitas Kampung Kopi.

*“ Ya karena memang cuaca saat ini sudah tidak*



*menentu kita sempat bingung menentukan harga jual. Karena perubahan dari kebun harganya lumayan cepat. Petani sendiri melakukan pengurangan pembibitan untuk mengurangi tingkat kerugian di musim yang buruk. Kita melakukan rapat untuk membahas setiap masalah serius yang ada, contohnya masalah harga kopi di kedai komunitas Kampung Kopi”.( Okki Andika, 25 Th )*

*“ Tapi kita mendapatkan solusi karena kita di bimbing langsung oleh DISPARPORA yang lebih professional dalam hal seperti ini. Kita mematok harga tertinggi dari harga beli di kebun dalam sebulan, Alhamdulillah penjualan masih stabil sapa saat ini “. ( Okki Andika, 25 Th )*

Hubungan yang semakin baik dengan pihak yang diajak kerjasama membuahkan loyalitas dan dedikasi yang semakin tinggi pula. Yang terpenting bangun komunikasi dengan benar. Komunitas Kampung Kopi diberi solusi dari DISPARPORA berkat jalinan hubungan yang baik. Saat ini DISPARPORA sering memantau langsung kegiatan di Kampung Kopi dan hubungan dengan beberapa anggota pun semakin dekat.

### **3. Perbedaan karakter tiap personal**

Setiap manusia dilahirkan dengan berbagai macam karakter. Hal ini yang menjadi salah satu

adanya masalah antar personal. Fungsi adanya pemimpin adalah menjadi penengah dan bisa membina anggotanya bila terjadi masala antar personal apabila dari tiap anggota tidak bisa menyelesaikan masalahnya dengan anggota yang bersangkutan.

Komunitas Kampung Kopi juga memiliki anggota yang memiliki berbagai macam karakter dan sifat, tetapi komunitas Kampung Kopi memiliki ketua umum yang bijak dan bisa diandalkan untuk menjadi penengah. Selain itu humas juga berperan penting dalam hal ini, tatkala mereka berdua melakukan pendekatan secara personal guna memahami sifat satu sama lain.

---

## **KSIMPULAN DAN SARAN**

---

### **Kesimpulan**

Setiap ketua tentu mempunyai keinginan memiliki anggota yang bisa diajak kerjasama untuk mencapai sebuah visi - misi, Proses komunikasi antara ketua umum dengan anggota dan juga dengan instansi terkait seperti Disparpora dan Bank Jatim, sangat membantu anggota memahami dirinya sendiri, perasaannya, pikirannya, pendapatnya, dan keinginan-keinginannya. Anggota dapat mengidentifikasi perasaannya secara tepat sehingga membantunya untuk mengenali perasaan yang sama pada orang lain. Lama-kelamaan, anggota semakin terlatih dalam mengenali emosi, tumbuh keyakinan dan sense of control terhadap perasaannya sendiri (lebih mudah mengendalikan sesuatu yang telah diketahui), dalam pengertiannya bahwa diharapkan tidak akan terjadi disharmonis

relation atau keterhambatan dan kegagalan komunikasi antara ketua umum dan anggota atau dengan yang lain.

Kerja sama antara komunitas Kampung Kopi dan berbagai intansi seperti Disarpora dan Bank Jatim memiliki hubungan yang intens karena terlihat dari seringnya kerja sama dalam mengadakan sebuah *event*. Hal tersebut terjadi karena komunikasi yang baik, intens dan sehat tanpa didasari unsur politik di dalamnya, maka keduanya memiliki *feedback* yang saling menguntungkan.

Dalam proses mempertahankan eksistensi, tidak lepas dari berbagai hambatan dan pendukung, seperti adanya beberapa pihak yang merasa dirugikan dengan adanya komunitas Kampung Kopi, tetapi pada dasarnya segala masalah bisa ditemukan jalan keluarnya jika di musyawarahkan bersama dengan komunikasikan dengan baik, hal ini pun selalu diterapkan di komunitas Kampung Kopi dalam menyelesaikan berbagai macam masalah dan hambatan yang ada. Begitu pun dengan faktor pendukung dapat terjadi melalui hubungan dan komunikasi interpersonal yang baik.

## 5.2 Saran

Bentuk komunikasi interpersonal dapat terjadi dalam sebuah komunitas Kampung Kopi yang melibatkan komunikasi ketua umum dan anggota beserta dengan pihak terkait seperti Disarpora dan Bank Jatim. Maka disini sudah sewajarnya tugas ketua umum untuk membimbing anggota – anggotanya, seorang pemimpin harus bisa mengayomi karena memang dibutuhkan penengah ketika ada

masalah antar anggota maupun dengan pihak terkait . Humas juga diharap bisa menjaga hubungan baik dengan pihak luar seperti beberapa intansi yang di ajak kerjasama dan bisa membantu ketua umum dalam mengatasi ketika ada masalah dengan anggota, humas bisa melakukan pendekatan secara pribadi agar bisa lebih mengenal anggotanya, sehingga humas sebagai hubungan masyarakat bisa mengenal karakter – karakter anggotanya, membuat komunitas Kampung Kopi ini semakin eksis dan juga dapat mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK) dengan program kerja yang dilakukanya.

---

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Budayatna, M.A. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- DRS. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Agus M. Hardjana. 2003. *Komunikasi Interpersonal Dan Komunikasi Intrapersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Posdakarya.

Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Rakhmat, M.Sc. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Posdakarya.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

pada tanggal 20 Oktober 2017. Digilib.uny.ac.id, di akses pada tanggal 1 November 2017.

Sumber Internet:

<https://www.scribd.com/document/344278973/Model-Komunikasi-Interaksional> di akses pada tanggal 1 Oktober 2017.

<https://www.infobdl.net/?p=10722>, di akses pada tanggal 19 November 2017. Digilib.unila.ac.id, di akses

