

KONSEP DIRI BARISTA PEREMPUAN DALAM PEMBAGIAN KERJA DI KEDAI KOPI JOMBANG

Zakaria Nurul Islam¹ dan Diyah Utami²

^{1,2}Program Studi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya

zakaria.18062@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The coffee shop business in Jombang is growing rapidly, this causes the barista profession not only to be occupied by men, but many women also occupy the barista profession. The number of female baristas who can do jobs that are dominated by men, of course there are obstacles experienced by women in carrying out their profession. Society is one of the causes that influence the formation of a female barista self-concept. The conditions experienced by female baristas can certainly be a factor that shapes self-concept. The formulation of this research is how the self-concept of female baristas in the division of labor at the Jombang Coffee Shop. The aims of this research are 1). Identifying the objective condition of female baristas in Jombang coffee shops 2). Identify how the concept of "I" female barista at a coffee shop in Jombang 3). Identify how the concept of a female barista "me" is at a Jombang coffee shop. This study uses a descriptive qualitative research method using the symbolic interactionism perspective of George Herbert Mead. The location of this research is in a specialty coffee shop. The results of this study stated that the objective conditions of the research subjects were shown by limited space in actualizing themselves as baristas. The female barista's self-concept as "I" considers that the profession she undertakes is a challenging and fun job. They have the same feeling, that every individual has the same rights and opportunities in a profession. The female barista as "me" or the object can be shown by adjusting the female barista's behavior or self to the division of labor in the coffee shop while still serving as a cashier, looking attractive, and serving customers in a friendly manner.

Keywords: Self Concept, Female Barista, Coffee Shop

Abstrak

Bisnis kedai kopi yang berada di Jombang sedang berkembang pesat, hal ini menyebabkan profesi barista tidak hanya ditempati oleh laki-laki saja, namun banyak perempuan juga menempati profesi barista. Banyaknya barista perempuan yang dapat melakukan pekerjaan yang didominasi laki-laki, tentunya terdapat hambatan-hambatan yang dialami oleh perempuan dalam menjalani profesinya. Masyarakat menjadi salah satu penyebab yang mempengaruhi terbentuknya konsep diri barista perempuan. Kondisi yang dialami oleh barista perempuan tentunya dapat menjadi faktor yang membentuk konsep diri. Rumusan penelitian ini adalah bagaimana konsep diri barista perempuan dalam pembagian kerja di Kedai Kopi Jombang. Tujuan penelitian ini yaitu 1). Mengidentifikasi bagaimana kondisi objektif barista perempuan di kedai kopi Jombang 2). Mengidentifikasi bagaimana konsep "I" barista perempuan di kedai kopi Jombang 3). Mengidentifikasi bagaimana konsep "me" barista perempuan di kedai kopi Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead. Lokasi penelitian ini berada di kedai kopi berjenis *specialty coffee*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kondisi objektif subjek penelitian ditunjukkan keterbatasan ruang dalam mengaktualisasikan dirinya sebagai barista. Konsep diri barista perempuan sebagai "I" menilai bahwa profesi yang dijalani adalah pekerjaan yang menantang dan menyenangkan. Mereka memiliki perasaan yang sama, bahwa setiap individu memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam sebuah profesi. Barista perempuan sebagai "me" atau objek dapat ditunjukkan dengan penyesuaian perilaku atau diri barista perempuan terhadap pembagian kerja di kedai kopi dengan tetap merangkap sebagai kasir, berpenampilan menarik, dan melayani pelanggan dengan ramah.

Kata Kunci: Konsep Diri, Barista Perempuan, Kedai Kopi

1. PENDAHULUAN

Kedai kopi merupakan sebuah tempat yang pada dasarnya menyediakan minuman kopi ataupun jenis minuman yang lain. Kedai kopi menjadi salah satu tempat yang dapat memberikan ruang interaksi sosial bagi masyarakat. Pada saat ini bisnis kedai kopi tengah mengalami peningkatan, peningkatan ini diperkuat oleh data statistik perkebunan kementerian pertanian. Indonesia menjadi

negara ke-4 produsen kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Kolombia, dan Vietnam dengan total produksi mencapai 741.657 ton [1].

Terdapat 24 industri pengolahan kopi di Jawa Timur dalam skala besar yang tersebar di wilayah Malang, Surabaya, Jombang, Banyuwangi, Pasuruan, dan lain-lain [2]. Jombang menjadi salah satu daerah di provinsi Jawa Timur dengan produksi kopi yang tembus pasar nasional hingga internasional [3]. Produk kopi yang dikelola oleh Cahya Meiyaksa di Unit Pengolahan Hasil (UPH) Wonosalam, Dusun Bayon, Desa Carangwulung, Kecamatan Wonosalam pada saat ini berhasil memproduksi kopi dengan tujuan ekspor ke negara Jerman dan Brunei Darussalam. Perkembangan bisnis kedai kopi juga didukung oleh data yang dipaparkan oleh Global Agricultural Information yang merilis data tahunan konsumsi Indonesia 2019 yang mencapai 258.000 ton dan diperkirakan bahwa konsumsi domestik kopi Indonesia mengalami peningkatan menjadi 370.000 ton. Kedai kopi merupakan usaha mikro yang pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan riset independen Toffin kedai kopi di Indonesia hingga agustus 2019 berjumlah 2.950 gerai dengan market value yang dihasilkan hingga Rp 4.8 triliun, angka ini merupakan peningkatan jumlah kedai kopi hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai 1000 gerai [4].

Bisnis kedai kopi dibagi menjadi 7 jenis dan 4 gelombang industri kopi di Indonesia. Beberapa kategori kedai kopi antara lain, Italian Coffee Chain, American Coffee Chain, Local Coffee Chain, Coffee to Go, Independent Coffee, Bakery & Pastry Café, dan Specialty Coffee [5]. Langgano menjadi salah satu kedai kopi yang merintis bisnisnya sejak tahun 2014. Keseluruhan pengolahan kopi mulai dari memasak biji kopi menggunakan mesin roasting, pengolahan, pengemasan, hingga penyajian kopi dalam satu cangkir dilakukan di kedai kopi tersebut [6]. Selama masa pandemi covid-19 tidak sedikit kedai kopi atau café yang mulai merintis dan beroperasi, salah satunya adalah Konoa. Menurut sang pemilik kedai, Konoa mulai beroperasi pada masa pandemi tepatnya awal bulan juni pada tahun 2021 [7]. Meskipun penerapan kebijakan PPKM menyebabkan penurunan omset hingga 50% dalam satu bulan, dengan konsep dan strategi yang relevan kedai kopi tersebut masih bisa bertahan.

Perkembangan kedai kopi membuat barista menjadi profesi yang tidak dikategorikan dengan gender dan diminati oleh kawula muda. Dalam pekerjaan yang didominasi oleh laki-laki, keberadaan barista perempuan rentan terjadi diskriminasi. Hal ini terjadi karena adanya budaya patriarki dan sistem perekonomian yang diberlakukan dalam masyarakat modern, sehingga perempuan mengalami marginalisasi dalam sektor pekerjaan [8]. Mayoritas perempuan yang berprofesi menjadi barista tidak hanya meracik minuman, namun juga merangkap menjadi kasir dan pelayan. Barista perempuan cenderung meracik minuman yang lebih mudah seperti membuat pesanan es kopi susu, sedangkan barista laki-laki membuat pesanan minuman yang lebih rumit seperti membuat latte art hingga manual brew. Kurangnya kesempatan dan kepercayaan pada barista perempuan dalam mengoperasikan peralatan kopi untuk membuat suatu pesanan, berimbas pada kurangnya kemampuan dan pengetahuan barista. Meskipun demikian, barista perempuan memiliki peranan yang cukup penting dalam penjualan produk kedai kopi, baik menjadi model promosi di sosial media maupun saat berada di kedai kopi.

Profesi barista yang ditempati perempuan dapat berdampak pada stereotip positif dan negatif. Perempuan yang bekerja menjadi barista di kedai kopi dinilai positif, hal ini disebabkan pekerjaan yang didominasi laki-laki dapat dikerjakan oleh barista perempuan. Sedangkan stereotip negatif barista perempuan yaitu hanya dianggap sebagai simbol dan alat pemasaran. Barista perempuan memiliki hambatan dengan sikap pelanggan yang membuatnya tidak nyaman, hal ini disebabkan dengan

melontarkan kata-kata yang bersifat merayu dan menggoda dan persepsi negatif dari masyarakat karena pulang kerja hingga larut malam [9].

Dengan begitu penelitian ini menarik karena bisnis kedai kopi yang berada di Jombang sedang berkembang pesat dan profesi barista tidak hanya ditempati oleh laki-laki saja, namun banyak perempuan juga menempati profesi barista. Banyaknya barista perempuan yang dapat melakukan pekerjaan yang didominasi laki-laki, tentunya terdapat hambatan-hambatan yang dialami oleh perempuan dalam menjalani profesinya. Masyarakat menjadi salah satu penyebab yang mempengaruhi terbentuknya konsep diri barista perempuan. Kondisi yang dialami oleh barista perempuan tentunya dapat menjadi faktor yang membentuk konsep diri. Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana konsep diri barista perempuan dalam pembagian kerja di kedai kopi Jombang.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kedai Kopi

Tercatat dalam sejarah tahun 1475 Kiva Han merupakan kedai kopi pertama di dunia yang berada di kota Konstantinopel [10]. Pada saat ini kota tersebut berubah menjadi Istanbul Turki. Kedai kini menjadi tempat pertama menjual kopi khas dari Turki. Pada era tersebut kopi menjadi suatu bentuk dari kebudayaan. Terdapat hukum yang menjelaskan apabila dalam keluarga, suami tidak dapat menyediakan kopi kepada istri, maka istrinya memiliki hak untuk menceraikan suaminya. Di Turki secangkir kopi disajikan dengan rasa yang kuat, hitam, dan tanpa disaring. Kebanyakan dari masyarakat Turki menikmati kopi dengan memasak menggunakan *ibrik* (pot ala Turki).

Sejak zaman dulu, banyak kedai kopi yang ditemukan di Indonesia. Apabila pada saat ini kopi disajikan dengan mesin espresso, dulu secangkir kopi hanya disajikan dengan menggunakan ceret kuno. Kopi klasik tetap dinikmati di kedai-kedai kopi modern dengan cita rasa khas kopi Indonesia sehingga membuat kedai kopi tersebut dapat berdiri selama bertahun-tahun. Ratusan tahun yang lalu kedai kopi sudah mulai ditemukan di Indonesia, hal ini bermula ketika pada tahun 1696 negara India menyuplai bibit kopi arabica kepada pemerintahan Belanda di Batavia. Kurang dari 10 tahun pengiriman kopi di Indonesia meningkat hingga sebanyak 60 ton pertahun. Oleh karena itu Indonesia dikenal sebagai penghasil kopi selain Arab dan Ethiopia. Tahun 1878 Warung tinggi Tek Sun Ho menjadi salah satu kedai yang menjadi awal dari perkembangan kedai kopi di Indonesia [11]. Kedai kopi ini terletak di Hayam Wuruk dan telah berusia 138 tahun yang bertahan melintasi lima generasi. Selain Warung Tinggi Tek Sun Ho, Warung kopi Ake, Kedai Es Kopi Tak Kie, hingga Warung Kopi Solong merupakan beberapa kedai legendaris yang telah menjadi bagian dari sejarah perkembangan kedai kopi di Indonesia.

Konsumsi kopi mengalami peningkatan pertahunnya yang berjalan selaras dengan gaya hidup mengkonsumsi kopi di kedai. Menurut data AEKI dalam [12], konsumsi kopi di Indonesia mencapai 800 gram perkapita pada tahun 2010 dengan total kopi yang dibutuhkan sebanyak 190 ribu ton, pada 2014 konsumsi kopi di masyarakat telah mencapai angka 1.03 kilogram perkapita dengan kopi yang dibutuhkan mencapai 260.000 ton. Global Agricultural Information merilis data tahunan konsumsi kopi Indonesia pada tahun 2019 mencapai 258.000 ton dan pada tahun 2021 konsumsi domestik kopi Indonesia mengalami peningkatan menjadi 370.000 ton.

Peningkatan konsumsi kopi Indonesia beriringan dengan berkembangnya kedai kopi yang berada di Indonesia. Berdasarkan riset Toffin dengan Majalah Mix menunjukkan peningkatan jumlah kedai kopi mencapai 2.950 gerai pada Agustus 2019 [4], hal ini menunjukkan peningkatan

dibandingkan pada tahun 2016 yang hanya berjumlah sekitar 1.000 gerai kedai kopi. Berdasarkan jumlah kedai kopi yang terdata, diperkirakan nilai pasar kedai kopi di Indonesia mencapai Rp4.8 Triliun pertahun dengan rata-rata penjualan per outlet mencapai 200 cup perhari dan harga setiap satu cup kopi Rp22.500. Konsumsi kopi domestik meningkat menjadi 13.9% pertahun melebihi konsumsi kopi dunia yang hanya 8%.

Dalam perkembangan kedai kopi, terdapat motivasi yang mendasari remaja memilih menikmati kopi di coffee shop atau kedai kopi [13]. Selain hanya untuk bercengkrama dengan teman-teman, adanya konsep yang menarik dapat menjadikan kedai kopi digemari oleh remaja. Hal tersebut juga didukung dengan adanya riset independent Toffin Indonesia [14], bahwa perkembangan kedai kopi disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya budaya, meningkatnya daya beli konsumen, dominasi populasi anak muda, kehadiran sosial media, platform grabfood dan gofood, rendahnya entrees barriers, dan margin bisnis kedai kopi yang cukup tinggi. Dengan demikian, kedai kopi pada saat ini memberikan kenyamanan dengan memberikan berbagai fasilitas dan konsep yang menarik sehingga perilaku tersebut dapat membuat kegiatan minum kopi menjadi kebiasaan baru.

Hasil riset yang dilakukan oleh PT. Toffin Indonesia yaitu, terdapat 7 jenis kedai kopi yang ada di Indonesia. Kedai kopi dikategorikan bertujuan untuk memudahkan masyarakat atau pelaku usaha di industri kopi untuk memahami dalam mengembangkan usaha dari sisi operasional dan penjualan [5].

Jenis-jenis kedai kopi yang dikategorikan oleh Toffin antara lain;

a) American Coffee Chain

Secara umum jenis kedai ini berada di pusat perbelanjaan besar, memiliki fasilitas pendukung seperti tempat yang nyaman dan Wi-Fi, serta terdapat bakery dan pastry. American Coffee Chain seperti merk McCafe, Coffee Bean, dan Starbucks.

b) Italian Coffee Chain

Kedai kopi global asal Italia merupakan suatu tempat dengan konsep café & bar. Segafredo terletak di area perkantoran dan pusat perbelanjaan. Tidak hanya kopi, namun terdapat minuman berbahan dasar cocktail, dan sajian makanan yang lengkap. Jenis kedai kopi Italian Coffee Chain seperti Lily Coffee & Segafredo.

c) Local Coffee Chain

Local Coffee Chain merupakan jaringan coffee shop yang berasal dari negara Indonesia dengan menjual produk kopi lokal. Local Coffee Chain memiliki konsep modern dan fasilitas yang mendukung kenyamanan setiap pengunjung. Local Coffee Chain di Indonesia seperti Djournal Coffee dan Upnormal.

d) Coffee To Go

Jenis kedai kopi ini memiliki karakteristik menjual produk minuman saja, tidak menyediakan tempat duduk, dan bakery & pastery. Kedai kopi ini memiliki karakteristik dengan tempat yang minimalis dan tersebar di beberapa titik kota pinggir jalan.

e) Specialty Coffee

Pada umumnya jenis kedai kopi ini memiliki varian jenis kopi yang relatif beragam seperti arabica, robusta, dan exelsa. Specialty Coffee memiliki rincian kopi lebih spesifik seperti, asal daerah kopi, profile roasting, ketinggian tanam, varietal, proses pasca panen, dan notes. Jenis kedai kopi ini seperti Common Ground dan Tanamera.

f) Independent Coffee Shop

Kedai kopi ini pada umumnya hanya terdapat satu dan tidak memiliki banyak gerai, serta keunggulan yang dimiliki adalah pada interior yang lebih menarik bagi pengunjung. Contoh Independent Coffee Shop seperti ini adalah Hario Café

g) Bakery & Pastry Café

Karakteristik Bakery & Pastry Café terdapat pada produk yang dijual seperti varian roti, pastry, cake dan minuman kopi hanya menjadi pelengkap. Jenis kedai kopi ini seperti Harvest, Dunkin Donut, dan JCo.

2.2 Barista

Secara etimologi dalam bahasa Italia, barista merupakan pelayan bar atau bartender. Istilah barista merupakan seorang barista laki-laki sedangkan *bariste* adalah istilah untuk barista perempuan. Profesi meracik kopi diperkirakan ada sejak abad ke-15. Profesi barista untuk peramu kopi selalu digunakan seiring dengan perkembangan industri kopi. Dalam suatu negara profesi ini tidak hanya menciptakan asosiasi, melainkan pada pelatihan, kompetisi, dan sertifikasi. Munculnya kedai-kedai franchise yang berekspansi ke negara-negara dapat mengkampanyekan kebiasaan minum kopi dan menyerap tenaga kerja untuk menjadi barista. Dengan demikian, profesi ini tidak hanya sekedar menjanjikan, namun profesi barista juga cukup bergengsi [15].

Barista Guild of Indonesia menjelaskan bahwa barista merupakan seseorang profesional yang bekerja di bidang kopi dengan kualifikasi dan pengalaman khusus untuk menyajikan kopi dan minuman berbahan dasar espresso dengan memperhatikan kualitas yang kemudian dapat dinikmati dan diapresiasi oleh semua orang [16]. Front barista memiliki fungsi untuk menerima dan menjelaskan kepada pelanggan mengenai segala sesuatu tentang kedai kopi. Sedangkan barista pro memiliki kepaiawaian khusus dalam meracik beraneka ragam dengan berbagai bahan minuman yang ada di kedai kopi.

Terdapat tiga seni yang harus dikuasai oleh barista yaitu seni meracik kopi, seni melayani, dan seni menyajikan [17]. Dengan demikian barista di kedai kopi memiliki tugas sebagai berikut. Tugas utama barista merupakan meramu minuman dari biji kopi. Barista yang baik tidak hanya piawai dalam menyeduh kopi menggunakan mesin, tetapi juga dengan manual. Misalnya, syhpon, plunger, dan tubruk. Barista merupakan ujung tombak sebuah kedai kopi, peranannya sangat penting dalam menciptakan cita rasa kopi yang nikmat. Selain soal rasa, barista juga merupakan seniman dan dapat menjadi suatu hiburan bagi pengunjung. Oleh sebab itu, keterampilan dalam menggunakan alat seduh oleh barista sangat dibutuhkan. Tugas seorang barista tidak hanya dalam meracik kopi saja, melainkan pada pelayanan kepada pelanggan. Sehingga kemampuan barista dalam komunikasi yang baik juga diperlukan.

2.3 Pembagian Kerja

Pembagian kerja merupakan suatu spesialisasi dalam melakukan suatu pekerjaan di dalam masyarakat yang berkembang sejak dahulu hingga sekarang. Laki-laki dalam ranah publik dan perempuan pada ranah domestik. Kondisi ini dianggap sesuatu yang alamiah bagi kebanyakan orang, menjadi suatu pemberian dan diterima begitu saja. Pada saat masuk dunia kerja, perempuan sering menempati pekerjaan yang sulit di perusahaan, pabrik, atau rumah makan dengan upah yang rendah dan dibebani oleh tugas rumah tangga.

Pembagian kerja gender adalah mengenai pola-pola pembagian kerja yang telah disepakati dan didasarkan konstruksi sosial antara laki-laki dan perempuan. Terbentuknya pembagian kerja untuk mempermudah kelancaran proses-proses pada sektor domestik dan sektor publik. Pembagian kerja ini

tidak didasarkan pada bentuk tubuh manusia, melainkan tentang kerja sama yang sinergis dalam bekerja. Terdapat bagian-bagian yang saling berpengaruh dalam menciptakan keteraturan di masyarakat. Pembagian kerja bertujuan untuk membangun relasi dan diharapkan dapat menciptakan kesetaraan antara individu. Meskipun pada realitasnya dapat menyebabkan diskriminasi di dalam pembagian kerja. Pembagian kerja didasarkan pada waktu dan beban kerja yang disebabkan konstruksi sosial serta faktor sifat atau karakter dan kemampuan mereka dalam pekerjaan [18].

2.4 Teori Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik menekankan pada kedudukan simbol dalam kehidupan sosial. Mead memiliki perhatian khusus pada interaksi yang dapat mempengaruhi pikiran individu, hal ini disebabkan karena interaksi tersebut terdapat makna dari pesan dan isyarat nonverbal. Bagian dari proses pemaknaan dalam berkomunikasi merupakan pemahaman dari suatu simbol. Hal ini seperti salah satu dari premis hermeneutika yang menekankan bahwa dasar hidup manusia merupakan intepretasinya mengenai kehidupan, baik yang disebabkan oleh manusia mengenai penafsiran baik secara sadar maupun tidak.

Menurut Mead, pikiran dan diri berasal dari masyarakat yang merupakan bagian dari perilaku manusia berdasarkan interaksinya dengan manusia lain, interaksi tersebut berujung pada individu yang dapat mengenali dirinya sendiri dan dunia [19]. Menurut Mead ketiga konsep tersebut berpengaruh pada penyusunan teori interaksionisme simbolik. Berdasarkan konsep Mead mengenai *mind*, *self* dan *society* dapat dijelaskan sebagai berikut;

a) *Mind* (pikiran)

Mind merupakan proses manusia berpikir melalui perencanaan tindakan dan situasi yang berhubungan dengan objek melalui pemikiran simbolik. Mead menjelaskan bahwa munculnya pikiran bersamaan dengan komunikasi yang melibatkan gerak tubuh serta bahasa manusia. Berkembangnya pikiran dalam proses sosial merupakan bagian dari proses sosial. Dengan demikian, hal ini yang membedakan mahluk hidup lainnya dengan manusia karena terdapat mind sebagai suatu proses berfikir.

Mind merupakan bagian dari individu yang mengintrupsi reaksi terhadap suatu dorongan. Dalam interaksi yang dilakukan manusia selalu disertai dengan tindakan verbal dan nonverbal secara berkelanjutan. Pada dasarnya pikiran akan menciptakan perubahan pada perkembangan makna dan simbol yang digunakan secara umum. Pikiran yang ditafsirkan dapat menyebabkan perkembangan manusia yang lebih besar.

Manusia memiliki empat tahapan tindakan sosial yang berkaitan dan merupakan satu kesatuan dalam proses *mind* atau dialektika. Pertama adalah impuls, tahapan ini merupakan dorongan hati berupa rangsangan yang berhubungan dengan alat indra dan reaksi individu terhadap stimulasi yang diterimanya. Kedua adalah persepsi, tahapan ini merupakan proses analisis atau mempertimbangkan terhadap rangsangan yang berhubungan dengan impuls. Ketiga adalah manipulasi, manipulasi merupakan tahapan menentukan tindakan yang berkenaan dengan objek, pentingnya tahap ini agar tidak terjadi reaksi yang spontan dari aktor. Tahapan keempat yaitu tahap konsumsi.

b) *Self* (diri)

Dalam tubuh manusia, diri merupakan bagian dari karakteristiknya. Diri merupakan kemampuan manusia untuk menerima diri sendiri sebagai bagian dari bentuk objektif yang berasal dari pandangan orang lain atau masyarakat. Kemunculan perkembangan diri melalui aktivitas interaksi

sosial dan bahasa, sehingga memungkinkan individu berperan dalam percakapan dengan individu yang lain karena adanya suatu simbol. Proses pemahaman bagaimana diri sendiri melalui sudut pandang orang lain merupakan upaya yang efektif bagi seseorang untuk menyatu dalam struktur sosial, oleh sebab itu individu dapat menilai bagaimana potensi maupun kekurangan yang ada di dalam dirinya.

George Herbert Mead mengklasifikasikan diri (*self*) menjadi dua yaitu “I” sebagai saya dan “me” sebagai aku. Inti dari teori ini yaitu mengenai konsepnya pada “I” dan “me”, diri dari individu selaku subjek adalah “I” dan diri individu selaku objek “me”. “I” yaitu bagian diri dengan sifat non-reflektif sebagai bentuk reaksi dari perilaku yang tidak disengaja tanpa disertai dengan pertimbangan, maka dari itu “I” dapat berubah menjadi “Me”. Individu dapat berubah menjadi “me”, apabila individu tersebut memiliki perilaku yang berpegang pada pertimbangan terhadap norma, nilai, dan harapan orang lain, sedangkan “I” memiliki ruang gerak di dalam spontanitas sehingga muncul tingkah laku yang kreatif di luar dari norma dan harapan.

c) *Society* (masyarakat)

Masyarakat merupakan lingkungan interaksi yang dialami oleh setiap individu, di dalamnya terdapat penerapan bahasa atau isyarat yang berkaitan dengan proses sosial yang ada di dalam masyarakat. Masyarakat yang dimaksud pada pembahasan George Herbert Mead dalam interaksionisme simbolik adalah pada masyarakat dalam ruang lingkup kecil, yaitu organisasi sosial tempat dari pikiran (*mind*) serta diri (*self*). Masyarakat hanya dipandang sebagai bagian awal dari proses sosial yang mendahului pikiran dan diri. Di dalam setiap individu terdapat orang lain sehingga dapat terjadi interaksi. Dengan demikian perubahan individu yang dilakukan dari proses interaksi dengan masyarakat akan berkaitan dengan pembentukan konsep diri individu. Pikiran berkembang selaras dengan perkembangan masyarakat. Oleh sebab itu *society* dan *mind* merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan agar dapat memahami makna mengenai fenomena yang ada di dalam berbagai interaksi manusia [20]. Alasan menggunakan metode kualitatif deskriptif dikarenakan pada penelitian ini dirasa tepat, pasalnya metode ini paling fleksibel dan tidak kaku dalam menggali informasi mengenai topik penelitian yang dibutuhkan, sehingga bisa memberi gambaran mengenai fenomena sosial yang diteliti serta akan mempermudah jalannya suatu penelitian [21]. Penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik oleh George Herbert Mead. Peneliti berupaya mengungkap bagaimana konsep diri barista perempuan dalam pembagian kerja di kedai kopi Jombang. Jenis data yang digunakan peneliti yakni data dari subjek penelitian yang dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskriptif. Dalam pendekatan tersebut, data yang diperoleh berupa penjelasan lisan, cara berpikir, perspektif, pandangan dari subjek penelitian melalui wawancara secara mendalam terhadap subjek yang telah ditentukan peneliti sehingga data yang diperoleh di lapangan dapat mengungkapkan konsep diri barista perempuan di kedai kopi Jombang.

Penelitian ini dilakukan di beberapa kedai kopi berjenis specialty coffee shop diantaranya, Tanasewa, Langgano, Sumber Wandhe, Konoa, dan Comu Mountain Coffee. Pemilihan lokasi ini dikarenakan Jombang sebagai kota kecil tetapi memiliki ciri pusat kegiatan ekonomi seperti kota-kota besar lainnya, salah satunya dibuktikan dengan meningkatnya bisnis kedai kopi dengan barista perempuan. Alasan peneliti memilih kedai kopi di Jombang sebagai lokasi penelitian adalah jenis kedai

kopi specialty coffee sangat mengapresiasi dan memperhatikan kualitas kopi, sehingga diperlukan barista dengan kualifikasi yang memiliki pelayanan, pengetahuan, dan kemampuan yang baik. Memasuki gelombang ketiga kopi, penikmat kopi yang ada di Jombang memiliki ketertarikan pada kopi itu sendiri dengan memperhatikan asal muasal biji kopi, proses pasca panen, kualitas kopi, hingga proses penyajian pada secangkir kopi. Selain itu, di daerah Jombang juga bermunculan petani kopi, processor, roastery, kedai kopi, hingga barista untuk memproduksi, berinovasi, dan menyajikan kopi dengan kualitas yang baik. Dengan demikian, peneliti akan mengidentifikasi bagaimana konsep diri barista perempuan dalam pembagian kerja di kedai kopi Jombang.

Pencarian subjek penelitian yakni dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini sebagai landasan untuk menentukan subjek penelitian yang sesuai dengan topik dalam penelitian dan sesuai dengan kualifikasi yang telah ditentukan. Kualifikasi subjek penelitian yaitu perempuan yang berprofesi menjadi barista tidak merangkap sebagai pemilik kedai hal ini disebabkan peneliti ingin mengetahui informasi subjek penelitian dengan posisi yang setara antara barista laki-laki & perempuan ditempat kerja, memiliki pengalaman bekerja minimal selama satu tahun (senior barista). Seseorang dijadikan subjek penelitian karena peneliti beranggapan bahwa data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdapat pada subjek penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles dan Huberman [22]. Analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus hingga tuntas dan data menjadi jenuh. Terdapat tiga model analisis data dari Miles dan Huberman. Pertama reduksi data, tahapan ini merupakan bentuk penyaringan data yang diperoleh dari lapangan. Kedua Penyajian data, pada tahap ini peneliti menyusun dan mengkategorikan data dari hasil wawancara untuk mempermudah untuk menarik kesimpulan. Ketiga verifikasi, pada tahapan ini peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dengan tujuan menjawab rumusan masalah sekaligus mencapai tujuan penelitian.

4. PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Objektif Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini melalui subjek penelitian yakni, Barista Comu Mountain Coffee, Barista Tanasewa, Barista Langgano, Barista Sumber Wandhe, dan Barista Konoa yang berusia 19-23 tahun dengan pengalaman kerja selama 1-2 tahun. Subjek penelitian tersebut merupakan penikmat kopi dan pelanggan kedai kopi sebelum menjadi barista. Ketiga barista yang bekerja di kedai kopi Sumber Wandhe, Tanasewa, dan Langgano selain bekerja sebagai barista, mereka adalah mahasiswa aktif di salah satu perguruan tinggi negeri. Sedangkan subjek penelitian yang bekerja di Comu Mountain Coffee selain bekerja sebagai barista, beliau juga memiliki usaha lain. Subjek penelitian yang bekerja di Konoa menjadikan profesi barista adalah pekerjaan utama. Berdasarkan temuan data yang diperoleh pada saat terjun di lapangan, kondisi objektif perempuan yang bekerja sebagai barista di beberapa kedai kopi Jombang, memiliki kaitan dengan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kondisi objektif adalah suatu keadaan yang tidak dipengaruhi apapun baik pendapat atau pandangan yang bersifat pribadi.

Berdasarkan pengalaman subjek penelitian sebagai pelanggan kedai kopi maupun saat bekerja menjadi barista, perubahan kondisi kehidupan di masa *third wave coffee* yang terwujud berupa hadirnya petani kopi, kedai kopi, *roastery*, barista, dan penikmat kopi yang mengapresiasi dan mengutamakan kualitas biji kopi. *Third wave coffee* atau gelombang kopi ketiga merupakan suatu era baru dalam dunia perkopian yang terjadi di luar individu dan suatu kondisi yang tidak direncanakan. Dengan demikian, pada gelombang kopi ketiga, terjadi suatu proses sosial yang menjadikan biji kopi atau segala bentuk

olahan lainnya telah menjadi sebuah simbol bagi seseorang yang bergelut di usaha kedai kopi, jasa *roastery*, dan barista. Perubahan yang dialami oleh kelima subjek penelitian ini adalah pada perkembangan kedai kopi di Jombang dengan munculnya konsep baru kedai kopi, kualitas barista, kualitas biji kopi, peralatan terbaru untuk menyeduh kopi, dan meningkatnya apresiasi peminat kopi. Masuknya gelombang kopi ketiga membuat profesi barista semakin diminati oleh individu dan dibutuhkan oleh kedai kopi.

Selaras dengan penjelasan George Herbert Mead mengenai teori interaksionisme simbolik. Interaksi barista memang terlihat biasa saja di kehidupan masyarakat umumnya. Namun jika dicermati lebih dalam, interaksi yang digunakan oleh barista untuk berkomunikasi dengan pelanggan maupun rekan kerjanya adalah dengan menggunakan simbol. Simbol yang digunakan berupa simbol verbal dan non verbal dan hanya barista dan pelanggan kedai kopi yang dapat memahami makna sebenarnya dalam suatu simbol-simbol di kedai kopi. Simbol verbal merupakan pesan-pesan yang disampaikan melalui sebuah bahasa atau kata untuk saling berkomunikasi. Sedangkan simbol non verbal adalah sebaliknya yakni pesan yang disampaikan tidak menggunakan bahasa atau kata-kata, tetapi menggunakan *gesture* isyarat atau gerak, ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh. Selain itu, simbol non verbal dapat berupa penggunaan objek atau benda seperti, pakaian, perhiasan, model rambut, dan cara berbicara seperti, penekanan, intonasi, suara, gaya berbicara, dan emosi.

Terdapat 3 interaksi sosial yang terjadi di kedai kopi Comu Mountain Coffee, Tanasewa, Sumber Wandhe, Langgano, dan Konoa. Interaksi tersebut dilakukan antara barista perempuan dengan barista laki-laki, barista perempuan dengan pelanggan, dan barista perempuan dengan keluarga.

Interaksi yang pertama adalah interaksi yang dilakukan antara barista perempuan dengan barista laki-laki. Dari kelima subjek penelitian ini merupakan barista perempuan yang bekerja dengan barista laki-laki. Berdasarkan data yang telah ditemukan di kedai kopi Comu Mountain Coffee, Tanasewa, Langgano, Sumber Wandhe, dan Konoa, seluruh interaksi antara barista perempuan dan barista laki-laki menggunakan simbol-simbol yang sama. Wujud dari komunikasi verbal ditunjukkan dengan nama biji kopi, manual brew, V60, dan origami dengan imbuhan kata tebal atau tipis yang diucapkan barista perempuan kepada barista laki-laki dengan makna pelanggan memesan kopi arabika dengan menggunakan metode saring atau filter dengan rasa kopi yang tebal atau kuat dan sebaliknya. Selain itu, Komunikasi verbal seperti, pendekar kopi kerap kali digunakan oleh barista kedai kopi kepada pelanggan yang memiliki banyak permintaan dalam menyeduh kopi dan terlihat paling memahami kopi daripada barista. Komunikasi non verbal dapat ditunjukkan dengan adanya kontak mata, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah, seperti barista laki-laki menunjukkan ekspresi wajah menggerakkan kedua alis dan kontak mata terhadap pesanan yang telah dibuat dengan maksud bahwa pesanan tersebut siap diantarkan oleh barista perempuan kepada pelanggan.

Interaksi yang kedua adalah interaksi yang terjadi antara barista perempuan dengan pelanggan. Barista perempuan memiliki waktu yang lebih banyak dalam berinteraksi dengan pelanggan kedai kopi dari pada barista laki-laki, hal ini dikarenakan selain meracik dan menyeduh kopi, barista perempuan juga bekerja merangkap sebagai kasir dan pelayan. Dalam berinteraksi dengan pelanggan, kelima subjek penelitian sebagai barista menggunakan simbol verbal dan simbol non verbal. Komunikasi verbal antara barista dan pelanggan merupakan interaksi jual beli. Wujud dari simbol verbal dapat ditunjukkan dengan menyapa pelanggan, menawarkan, dan menjelaskan menu makanan dan minuman yang ada di kedai kopi dengan ramah. Komunikasi dilakukan oleh barista memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan terhadap pelanggan yang datang di kedai kopi. Komunikasi verbal dari pelanggan dapat berupa menanyakan asal usul kopi, memilih barista untuk menyeduh kopi

pesanannya, meminta pola atau gambar pada secangkir cappuccino, memilih metode seduh tubruk dan filter. Sedangkan komunikasi non verbal ditunjukkan dengan barista perempuan berpenampilan menarik baik dari paras cantik maupun pakaian yang dikenakan barista, seperti menggunakan apron sebagai identitas mereka sebagai barista atau menggunakan pakaian dengan warna yang seragam, terdapat mesin espresso, peralatan seduh kopi, dan biji kopi dengan maksud pelanggan dapat memahami bahwa di kedai kopi Jombang terdapat minuman kopi yang enak dengan biji kopi dan peralatan seduh kopi dengan kualitas yang baik.

Interaksi yang ketiga adalah interaksi yang terjadi antara barista perempuan dengan keluarga. Berdasarkan penjelasan kelima barista perempuan, terdapat simbol verbal dan simbol non verbal dalam berinteraksi dengan anggota keluarga. Simbol verbal berupa “jam berapa?” yang diucapkan oleh ibu atau ayah mereka, pernyataan ini diperkuat dengan kontak mata yang mengarah pada jam dinding dan menggelengkan kepala sebagai simbol non verbal. Dalam interaksi tersebut memiliki makna yaitu, teguran kepada anak perempuannya karena pulang kerja hingga larut malam. Subjek penelitian sebagai mitra interaksi merespon dengan memberikan pengertian mengenai pekerjaannya kepada keluarga dan apabila kondisi fisik sedang kelelahan, subjek penelitian hanya diam dan menganggukan kepala lalu pergi ke kamar.

Tabel Interaksi Sosial Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

Interaksi Sosial Barista Perempuan		
Rekan Kerja	Pelanggan	Keluarga
• Komunikasi verbal berwujud nama biji kopi, manual brew, V60, dan origami, tebal, atau tipis yang bermakna pelanggan memesan kopi arabika dengan menggunakan metode saring atau filter dengan rasa kopi yang kuat atau sebaliknya. • Istilah pendekar kopi digunakan oleh barista kepada pelanggan yang memiliki banyak permintaan dalam memesan kopi. • Komunikasi non verbal ditunjukkan dengan adanya ekspresi wajah, menggerakkan kedua alis, dan kontak mata kepada barista dengan maksud pesanan telah siap diantarkan oleh barista perempuan kepada pelanggan.	• Komunikasi verbal antara barista dan pelanggan merupakan interaksi jual beli. • Wujud dari simbol verbal dapat ditunjukkan dengan menyapa, menawarkan, dan menjelaskan menu yang ada di kedai kopi dengan ramah. • Komunikasi verbal dari pelanggan berupa menanyakan asal kopi, memilih barista untuk menyeduh kopi pesannya. • Komunikasi non verbal berupa penampilan menarik baik, paras cantik, mengenakan apron, pakaian dengan warna yang seragam.	• Simbol verbal berupa “jam berapa?” • Simbol non verbal berupa menggelengkan kepala • Komunikasi tersebut memiliki makna yaitu, teguran kepada anak perempuannya karena pulang kerja hingga larut malam.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Subjek Penelitian

Pada dasarnya tidak ada perbedaan dalam tugas dan tanggung jawab antara barista laki-laki dan perempuan di kedai kopi. Barista yang bekerja di kedai kopi memiliki tugas utama yaitu, mengoperasikan peralatan kopi, kalibrasi espresso, belanja bahan baku, menyeduh kopi, meracik minuman, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, merawat peralatan kopi, dan menjaga kebersihan kedai kopi. Meskipun barista memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama, kondisi yang dialami subjek penelitian di beberapa kedai kopi Jombang tidak demikian. Hal ini dapat dilihat bahwa pembagian kerja masih didasarkan pada gender. Pergeseran makna atau simbol barista tersebut dapat ditunjukkan dengan intensitas kerja barista perempuan yang merangkap sebagai kasir dan melayani pelanggan. Selain itu, minuman berbahan dasar kopi yang merupakan simbol dan identitas barista, pada praktik pembagian kerjanya lebih banyak dikerjakan oleh barista laki-laki dibandingkan dengan barista perempuan.

Meskipun menjadi sebuah simbol dalam kedai kopi dan industri kopi, pada kenyataannya gaji yang diterima oleh subjek penelitian, gaji barista masih berada pada kisaran Rp.800.000,00-Rp.1.400.000,00 di bawah upah minimum regional Jombang. Subjek penelitian yang merupakan mahasiswi di perguruan tinggi negeri dengan keadaan ekonomi keluarga yang cukup mengungkapkan bahwa, gaji yang diterima selain digunakan untuk kebutuhan pribadi juga dipergunakan untuk meringankan beban orang tua dalam membiayai perkuliahan. Sedangkan subjek penelitian yang memiliki permasalahan ekonomi dalam keluarga, mereka menggantungkan perekonomian dari gaji sebagai barista. Sehingga selain memiliki ketertarikan dengan kopi dan profesi barista, faktor ekonomi adalah kondisi yang mendasari setiap subjek penelitian memilih dan bertahan untuk bekerja sebagai barista di kedai kopi.

Tabel Pembagian Pembagian Kerja dan Gaji Barista Perempuan

Pembagian Kerja Barista	Gaji Barista di Kedai Kopi Jombang
• Tidak ada perbedaan dalam tugas dan tanggung jawab barista di kedai kopi. • Tugas utama barista yaitu, mengoperasikan peralatan kopi, kalibrasi espresso, belanja bahan baku, menyeduh kopi, meracik minuman, memberikan pelayanan, merawat peralatan kopi, dan menjaga kebersihan kedai kopi. • Pembagian kerja masih didasarkan pada gender. Pergeseran makna atau simbol barista ditunjukkan dengan pembagian kerja barista perempuan yang merangkap sebagai kasir dan melayani pelanggan. • Minuman kopi merupakan simbol barista, pada praktiknya lebih banyak dikerjakan oleh barista laki-laki dibandingkan dengan barista perempuan.	• Barista yang merupakan simbol kedai kopi dan industri kopi mendapatkan gaji yang berada pada kisaran Rp.800.000,00-Rp.1.400.000,00 di bawah upah minimum regional Jombang. • Subjek penelitian berstatus mahasiswi dengan keadaan ekonomi yang cukup mengungkapkan bahwa, gaji yang diterima digunakan untuk kebutuhan pribadi juga dan meringankan beban orang tua dalam membiayai perkuliahan. • Selain memiliki ketertarikan dengan kopi dan profesi barista, faktor ekonomi adalah kondisi yang mendasari setiap subjek penelitian memilih dan bertahan untuk bekerja sebagai barista di kedai kopi.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Subjek Penelitian

4.2 Konsep Diri Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

Interaksionisme simbolik berupaya untuk memahami perilaku manusia dalam membentuk dan mengatur dengan mempertimbangkan persepsi orang lain dalam interaksi sosial [19]. Pada tahapan

tersebut, konsep diri barista di kedai kopi Jombang terbentuk berdasarkan pembentukan makna yang berasal dari pikiran barista perempuan (*mind*) mengenai diri (*self*), dan hubungannya dengan masyarakat (*society*) tempat individu berada, dengan maksud untuk menginterpretasi setiap makna di dalam interaksi sosial.

a). Konsep Mind Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

Mind atau Pikiran merupakan sebuah kemampuan manusia dalam percakapan batin individu dengan dirinya sendiri. Pikiran tidak ditemukan di dalam diri individu, melainkan pikiran adalah bentuk dari sebuah fenomena sosial. Pikiran dalam individu memiliki keunikan yaitu kemampuan untuk memunculkan dalam dirinya sendiri dengan berdasarkan respon komunitas secara menyeluruh dan tidak hanya satu respon saja. Menurut Mead, pikiran adalah proses individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dan menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna. Melalui proses interaksi tersebut menjadikan individu dapat memilih antara stimulus yang tertuju dan ditanggapi.

Simbol yang digunakan dalam proses berpikir subjektif adalah penggunaan simbol-simbol bahasa. Simbol tersebut digunakan melalui percakapan batin, individu menunjukkan pada dirinya sendiri mengenai identitas atau diri yang terdapat pada reaksi orang lain terhadap perilakunya. Dengan demikian kondisi yang dihasilkan dari proses tersebut adalah konsep diri dalam kesadaran diri yang berpusat pada diri sebagai suatu objek.

Pada awalnya kelima subjek penelitian merupakan individu-individu yang kerap menghabiskan waktu di kedai kopi dan menikmati secangkir kopi seperti masyarakat pada umumnya, belum merasa bahwa dirinya adalah seorang yang memiliki ketertarikan yang lebih pada pengolahan kopi yang dilakukan oleh barista. Mereka menilai bahwa barista adalah pekerjaan yang terlihat menarik dari segi penampilan dan suatu pekerjaan yang mudah untuk dikerjakan bagi semua orang. Ketidaktahuan ini disebabkan oleh pikiran atau *mind* individu-individu tersebut belum terbentuk atau memahami makna dari barista.

Manusia memiliki empat tahapan tindakan sosial yang berkaitan dan merupakan satu kesatuan dalam proses *mind* atau dialektika. Pertama adalah impuls, tahapan ini merupakan dorongan hati berupa rangsangan yang berhubungan dengan alat indra dan reaksi individu terhadap stimulasi yang diterimanya. Kondisi kehidupan pada bisnis kopi berubah, hal ini disebabkan adanya gelombang kopi ketiga yang merambah daerah Jombang. Gelombang kopi ketiga berdampak pada munculnya beragam jenis kedai kopi, *roaster*, barista, dan penikmat kopi yang mengapresiasi biji kopi, dan lain sebagainya yang dapat dipastikan dapat menjadi sebuah wadah untuk menampung seluruh ketertarikan yang dimiliki oleh subjek penelitian. Beragamnya bentuk yang dihasilkan oleh masa gelombang kopi ketiga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi subjek penelitian untuk lebih mendalami segala hal tentang industri kopi yang pada akhirnya mereka akan terikat oleh kondisi tersebut.

Kedua adalah persepsi, tahapan ini merupakan proses analisis atau mempertimbangkan terhadap rangsangan yang berhubungan dengan impuls. Pengetahuan kelima subjek penelitian terhadap makna barista merupakan hasil dari sebuah pencarian dan pengalaman mereka yang didapatkan sepanjang bekerja sebagai barista di kedai kopi. Kelima subjek penelitian bekerja di kedai kopi yang berbeda, diantaranya Comu Mountain Coffee, Tanasewa, Langgano, Sumber Wandhe, dan Konoa. Kelima barista perempuan memiliki pemahaman yang serupa terhadap makna barista, mereka menjelaskan bahwa barista adalah pekerjaan yang cukup menantang dan profesi yang tidak mudah untuk dikerjakan. Barista perempuan memiliki tugas dan tanggung jawab yang lebih dari sekedar menyeduh kopi dan meracik minuman seperti, merangkap menjadi kasir, memberikan pelayanan yang

baik terhadap pelanggan, menjaga kebersihan di lingkungan kedai kopi, memiliki wawasan tentang kopi, memahami peralatan dan bahan dasar untuk membuat minuman.

Tahapan ketiga adalah manipulasi, manipulasi merupakan tahapan menentukan tindakan yang berkenaan dengan objek, pentingnya tahap ini agar tidak terjadi reaksi yang spontan dari individu. Setelah memahami simbol-simbol yang ada di lingkungan mereka, berikutnya kelima barista tersebut menilai kondisi yang ada di sekitarnya dan mulai menganalisis, memaknai, dan menamai simbol-simbol yang mereka terima. Kelima barista tersebut memperkaya simbol-simbol yang ada di pikiran atau *mind*, mereka akan mulai mencari informasi mengenai segala hal tentang barista. Menamai aktivitas dan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan barista di kedai kopi. Kelima barista perempuan akan mulai mempelajari bagaimana kinerja barista yang lain baik laki-laki dan perempuan pada saat melakukan interaksi sosial dan berperilaku di lingkungan masyarakat.

Tahapan terakhir dalam proses pikiran atau *mind* adalah tahapan konsumsi. Setelah cukup memahami makna barista, kelima barista tersebut dapat menentukan pilihannya. Pilihan pertama kelima barista tersebut dapat berhenti menjadi barista dan menghilangkan ketertarikannya pada industri kopi karena anggapan, stigma, dan asumsi negatif dari masyarakat terhadap jenjang karir profesi barista dan perempuan yang bekerja di kedai kopi atau perempuan yang menjadi barista. Pilihan yang kedua yaitu dengan tetap bekerja sebagai barista dan melanjutkan ketertarikan kelima barista tersebut terhadap industri kopi serta menunjukkan bahwa dirinya adalah seseorang barista perempuan kepada masyarakat dengan bekerja lebih baik, memiliki pengetahuan yang luas tentang kopi, dan mengikuti kompetisi barista.

b). Konsep *Self* Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

Self atau diri merupakan sebuah konsep penerimaan diri sebagai objek berdasarkan perspektif dari orang lain atau masyarakat. Muncul dan berkembangnya diri melalui aktivitas interaksi sosial. Diri memungkinkan individu untuk berperan dalam percakapan dengan orang lain, kemudian menyadari isi percakapan tersebut yang menyebabkan individu tersebut dapat menyimak dan menentukan atau mengantisipasi tindakan. Dalam pengambilan peran, diri atau *self* didasarkan oleh pengalaman yang dimiliki individu, sehingga pengambilan peran oleh individu dapat diinternalisasikan ke dalam dirinya sendiri. Setelah melalui tahapan ini, individu akan menginternalisasikan nilai dan norma-norma yang sepakati oleh kelompok sebaya, keluarga, dan masyarakat.

Kelima subjek penelitian yang menjadi barista telah melalui tahapan *play stage* pembentukan diri karena mereka menerima sekaligus mengakui dirinya adalah seorang barista perempuan. Pada tahapan *game stage*, Kelima subjek penelitian tersebut telah berperan dan mempresentasikan barista ke dalam suatu tindakan. Pengambilan peran sebagai seorang perempuan yang bekerja di kedai kopi merupakan hasil dari aktivitas individu dalam interaksi sosial, meskipun pengambilan keputusan individu dalam berperan mengandung norma-norma yang dianggap bertentangan dengan lingkungan masyarakat. Dengan demikian kelima barista tersebut telah sampai pada tahapan *generalized other* dalam pembentukan konsep diri.

Keberadaan barista perempuan selama ini mendapatkan stigma negatif dari lingkungan kedai kopi. Hal ini disebabkan perempuan dianggap kurang memiliki kemampuan dan wawasan dalam menyeduh kopi atau sebagai barista, mereka menganggap bahwa perempuan di kedai kopi hanya sebagai strategi marketing dan daya tarik semata, serta tidak jarang barista perempuan mendapatkan tindakan yang kurang menyenangkan dari pelanggan kedai kopi seperti digoda dan mendapatkan pelecehan verbal. Stigma negatif di masyarakat diperkuat dengan adanya dominasi barista laki-laki di

tempat kerja, hal ini ditunjukkan dengan pembagian kerja barista laki-laki cenderung membuat pesanan minuman berbahan dasar kopi, sedangkan barista perempuan cenderung lebih banyak berada di kasir dan menjadi pelayan dibandingkan barista laki-laki. Selain itu, stigma negatif dari lingkungan masyarakat didapatkan barista perempuan karena pulang bekerja hingga larut malam.

Setelah melalui proses *mind* atau beripikir, kelima barista tersebut memiliki kesadaran diri terhadap realitas sosial berupa stigma negatif masyarakat terhadap barista perempuan. Barista perempuan memiliki kemampuan dalam menentukan tindakan yang tepat atas stimulus yang diterimanya berupa diskriminasi dan ketimpangan dalam pembagian kerja sebagai barista di kedai kopi Jombang dengan maksud barista perempuan mendapatkan posisi yang setara dengan barista laki-laki.

Inti dari konsep self atau diri terdapat pada “I” sebagai saya atau subjek dan “me” sebagai aku atau objek. “I” (saya) merupakan bagian diri dengan sifat non-reflektif sebagai wujud dari reaksi atas perilaku yang tidak disengaja dan tanpa disertai dengan pertimbangan, maka dari itu “I” atau subjek dapat berubah menjadi “me” sebagai objek. Individu dapat berubah menjadi objek “me”, apabila individu tersebut memiliki perilaku yang mempertimbangkan nilai, norma, dan penilaian orang lain, sedangkan “I” sebagai subjek memiliki ruang gerak di dalam spontanitas sehingga muncul sebuah perilaku yang kreatif di luar dari norma dan harapan.

Kelima barista perempuan sebagai “I” subjek memiliki konsep diri yang serupa, Lisa sebagai subjek penelitian pertama mempersepsikan dirinya sebagai individu yang memiliki keinginan untuk menekuni dan mengasah kemampuannya dengan praktiknya di tempat kerja atau mengikuti diskusi, kelas, atau kompetisi barista. Selain itu, bekerja sebagai barista adalah pekerjaan yang menantang dan menyenangkan. Sementara itu perannya sebagai “me” objek dapat ditunjukkan berdasarkan penyesuaian diri terhadap pembagian kerja di kedai kopi yang menilai perempuan adalah sebagai alat pemasaran, dengan tetap berpenampilan menarik, merangkap sebagai kasir, dan melayani pelanggan. Stigma negatif dari pelanggan terhadap kemampuan barista perempuan, membuat dirinya lebih memperhatikan setiap proses dalam setiap kesempatannya menyeduh kopi dan minuman sehingga menjadi minuman yang disukai dan berkesan bagi pelanggan. Sedangkan di lingkungan tetangga, Lisa bersikap acuh terhadap anggapan negatif yang ada di lingkungan tetangga mengenai dirinya yang pulang bekerja hingga larut malam.

Subjek penelitian kedua adalah Chorel yang merupakan mahasiswi dan salah satu barista perempuan kedai kopi Tanasewa. Chorel sebagai “I” subjek adalah individu yang menyukai kopi, memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap industri kopi, dan menganggap pekerjaannya adalah pekerjaan yang menyenangkan. Sementara itu peran Chorel sebagai “me” dapat dilihat melalui aktivitasnya pada saat bekerja dengan tetap mengikuti pembagian kerja yang ada di kedai kopi dengan statusnya merangkap sebagai kasir, bersikap dan melayani dengan baik setiap pelanggan yang datang, melakukan yang terbaik jika ada kesempatan yang diberikan kepadanya membuat atau menyeduh secangkir kopi, dan tetap bekerja secara kelompok dengan barista laki-laki. Stigma perempuan sebagai alat pemasaran atau daya tarik kepada pelanggan kedai kopi, membuat dirinya bersikap untuk tidak menanggapi ketika mendapatkan godaan atau pelecehan verbal dan mencoba bekerja seperti yang seharusnya. Chorel merupakan seorang mahasiswi aktif dan menganggap bahwa barista bukanlah pekerjaan yang utamanya. Selain itu, orang tua menilai bahwa barista adalah pekerjaan yang kurang menjanjikan untuk masa depan, hal ini dikarenakan gaji yang diterima sebagai barista masih di bawah UMR Jombang.

Subjek penelitian ketiga adalah Galuh yang merupakan mahasiswi dan barista di kedai kopi Langgano. Galuh sebagai subjek “T” adalah individu yang aktif dan semangat dalam bekerja, memiliki perasaan bahwa semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama, dan bekerja sebagai barista adalah pekerjaan yang menyenangkan. Sedangkan perannya sebagai “me” objek di lingkungan masyarakat, yaitu berdasarkan pandangan masyarakat bahwa perempuan adalah alat pemasaran di kedai kopi, sehingga mengharuskan dirinya untuk melakukan penyesuaian terhadap budaya yang ada di lingkungan kerja, mengikuti pembagian kerja yang ada di kedai kopi dengan merangkap sebagai kasir, bersikap ramah, melayani dengan baik setiap pelanggan, dan sebagai barista dirinya mencoba melakukan yang terbaik pada setiap kesempatan untuk membuat atau menyeduh secangkir kopi. Lingkungan keluarga sangat terbuka dan mendukung dengan pekerjaannya di kedai kopi, namun dengan batasan bahwa pekerjaan tersebut adalah sebagai pekerjaan sampingan dan tidak melupakan statusnya sebagai mahasiswi untuk belajar di perkuliahan.

Rizma merupakan subjek penelitian keempat. Rizma merupakan mahasiswi dan salah satu barista yang bekerja di kedai kopi Sumber Wandhe. Rizma sebagai subjek “T” adalah individu yang memiliki keingintahuan yang tinggi dan mengasah wawasan dan pengetahuannya dengan aktif berdiskusi atau mengikuti kompetisi barista. Rizma menyadari bahwa semua orang memiliki hak atau kedudukan yang sama, khususnya pada pekerjaan. Sedangkan Rizma sebagai objek “me” adalah bekerja sesuai dengan ketentuan yang telah berlaku, yaitu merangkap sebagai kasir, bersikap ramah, melayani pelanggan dengan baik, membatasi bahasa atau perilaku ketika berada di kedai kopi pada saat ramai pengunjung. Sedangkan di lingkungan tetangga, Rizma tidak memberikan tanggapan terhadap stigma negatif yang ada di lingkungan tetangga mengenai pekerjaannya. Rizma sebagai “me” dalam lingkungan keluarga, menggunakan bahasa yang santun dalam memberikan pengertian kepada orang tuanya mengenai pekerjaannya di kedai kopi, sehingga orang tua lebih memahami dan mendukung pekerjaan Rizma sebagai barista di kedai kopi Sumber Wandhe.

Nisa merupakan subjek penelitian kelima yang bekerja di kedai kopi Konoa. Nisa sebagai “T” subjek adalah menilai bahwa pekerjaan yang dilakukannya adalah pekerjaan yang menantang, fleksibel, dan menyenangkan. Nisa sebagai “T” subjek memiliki keinginan untuk mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan kopi atau barista, meskipun tidak menjadikan barista sebagai pekerjaan yang tetap. Sedangkan Nisa “me” objek ditunjukkan dengan sikap acuh pada penilaian masyarakat terhadap perempuan yang bekerja di kedai kopi dan pulang hingga larut malam masih dianggap melakukan pekerjaan yang kurang baik. Keluarga melihat bahwa pekerjaan barista tidak dapat menjanjikan sebuah pendapatan yang cukup dan jenjang karir yang menjanjikan. Stigma negatif dari pelanggan menurut Nisa adalah peran perempuan dalam profesi barista masih dianggap sebelah mata. Perempuan dilihat tidak sebagai barista melainkan sebagai pelayan atau kasir, perempuan hanya sebagai daya tarik atau strategi pemasaran kedai kopi.

Barista perempuan menginternalisasikan seluruh pengalaman yang berasal dari objek sosialnya untuk ditunjukkan ke dalam dirinya sejauh diri *self* memahami dan berpartisipasi terhadap perilaku yang ada di sekitarnya. Diri atau individu akan bertindak berdasarkan interpretasi dan berupaya untuk memaknai tindakannya yang diperoleh dari interaksi sosialnya. Dalam hal ini barista perempuan mengingat kembali pengalaman dan interaksi yang pernah terjadi antara dirinya dengan masyarakat, khususnya barista laki-laki, pelanggan kedai kopi, dan keluarga. Dengan demikian, melalui konsep diri individu dapat menyesuaikan diri atau perilaku mereka dimanapun mereka berada, serta menyesuaikan dari makna, dan mempertimbangkan efek tindakan yang dilakukan.

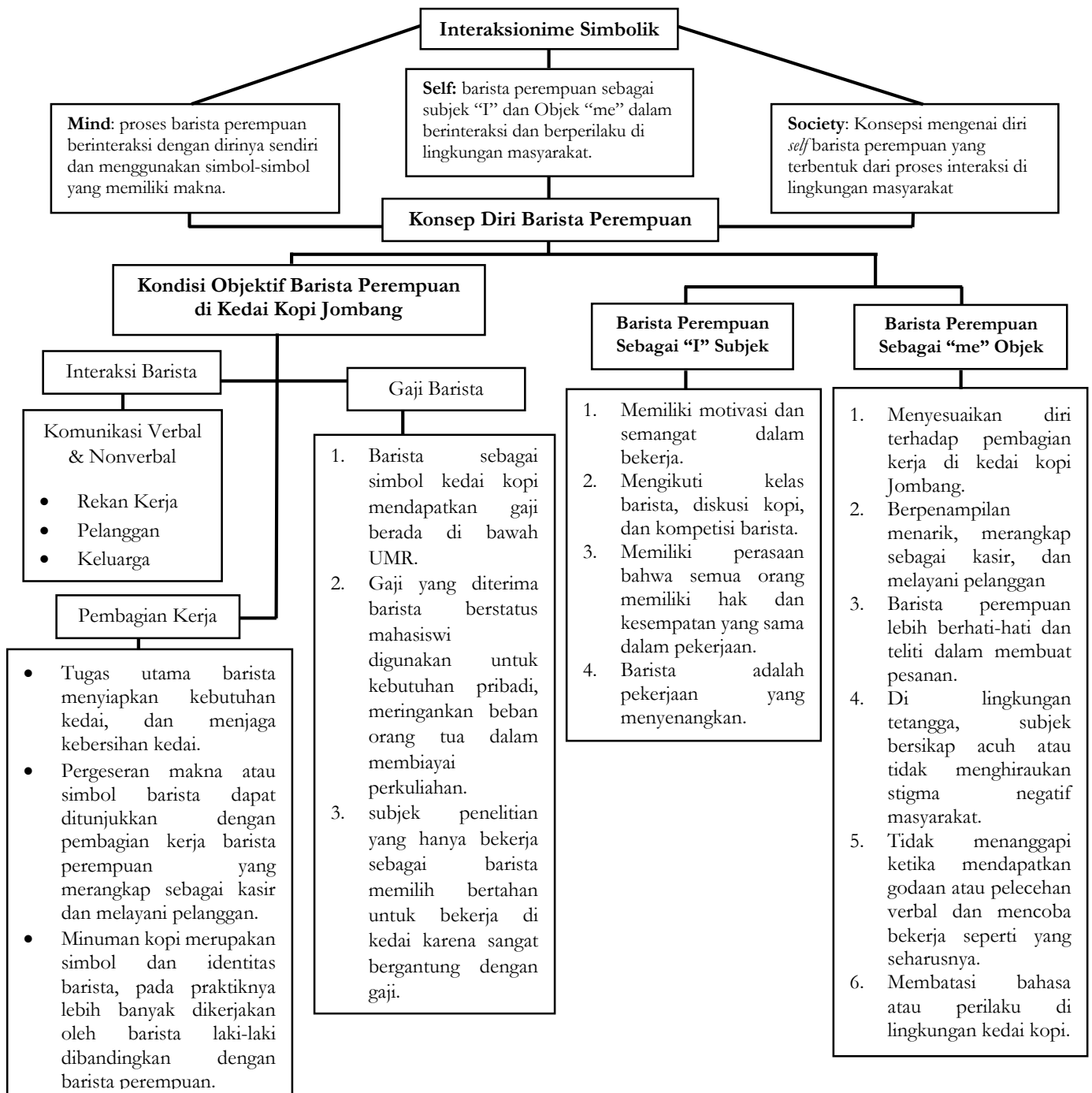
Tabel Konsep diri Barista Perempuan di Kedai Kopi Jombang

No	Nama	Konsep Diri “I” Barista Perempuan	Konsep Diri “me” Barista Perempuan
1.	Elizabeth	• Individu yang memiliki motivasi dan semangat dalam bekerja. • Mengikuti kelas barista, diskusi kopi, dan kompetisi barista. • Memiliki perasaan bahwa semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam pekerjaan.	• Menyesuaikan diri terhadap pembagian kerja di kedai kopi Jombang. • Berpenampilan menarik, merangkap sebagai kasir, dan melayani pelanggan • Barista perempuan lebih berhati-hati dan teliti dalam membuat pesanan. • Di lingkungan tetangga, subjek bersikap acuh atau tidak menghiraukan stigma negatif masyarakat.
2.	Chorel	• Individu yang menyukai kopi, memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap industri kopi. • Memiliki perasaan bahwa semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam pekerjaan atau profesi. • Menganggap pekerjaannya adalah pekerjaan yang menyenangkan.	• Merangkap sebagai kasir, bersikap, dan melayani pelanggan. • Bekerja dengan keras dan teliti terutama dalam menyeduh kopi. • Tidak menanggapi ketika mendapatkan godaan atau pelecehan verbal dan mencoba bekerja seperti yang seharusnya. • Bersikap acuh atau tidak menghiraukan stigma negatif masyarakat.
3.	Galuh Septa	• Individu yang aktif dan semangat dalam bekerja. • Memiliki perasaan bahwa semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama. • Mengikuti diskusi tentang kopi • Bekerja sebagai barista adalah pekerjaan yang menyenangkan.	• Mengikuti pembagian kerja di kedai kopi. • Bekerja dengan teliti terutama dalam menyeduh kopi • Tidak menghiraukan stigma negatif masyarakat. • Berstatus mahasiswi, subjek penelitian menganggap bahwa pekerjaan barista merupakan kesibukan lain atau bukan pekerjaan utama.
4.	Rizma Nyla	• Aktif berdiskusi atau mengikuti kompetisi barista. • Menyadari bahwa semua orang memiliki hak dan kewajiban yang sama pada pekerjaan.	• Merangkap sebagai kasir, bersikap ramah, melayani pelanggan dengan baik, membatasi bahasa atau perilaku di lingkungan kedai kopi. • Tidak memberikan tanggapan terhadap stigma negatif yang ada di masyarakat. • Menggunakan bahasa yang santun dalam memberikan pengertian kepada orang tua mengenai profesinya.
5.	Nisa	• Pekerjaan yang menantang, fleksibel, dan menyenangkan,	• bersikap acuh pada penilaian masyarakat mengenai pekerjaannya.

	- Memiliki motivasi dan semangat dalam menjalani profesinya. - Memiliki perasaan bahwa semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama.	- Mengikuti pembagian kerja dengan merangkap sebagai kasir, bersikap ramah, melayani pelanggan. - Bekerja dengan teliti terutama dalam menyeduh kopi.
--	--	--

Sumber: Hasil Wawancara dengan Subjek Penelitian

Kerangka Berpikir Konsep Diri Barista Perempuan dalam Pembagian Kerja di Kedai Kopi Jombang Perspektif Interaksionisme Simbolik (Mind, Self, & Society)



KESIMPULAN

Lima subjek penelitian tersebut memiliki kondisi yang serupa yaitu mereka bekerja di kedai kopi berjenis specialty coffee di Jombang. Barista yang memiliki peran sebagai ujung tombak dalam kedai kopi, pada kenyataannya barista atau subjek penelitian menerima gaji di bawah upah minimum regional. Pada dasarnya tidak ada perbedaan dalam pembagian tugas dan tanggung jawab sebagai barista. Namun realitasnya tidak demikian, pada pembagian kerja di kedai kopi masih didasarkan pada gender. Pergeseran makna atau simbol yang dialami barista perempuan ditunjukkan dengan merangkap sebagai kasir atau pelayan di kedai kopi. Sementara itu, kopi yang merupakan sebuah simbol atau identitas barista, pada pembagian kerjanya relatif sering dikerjakan oleh barista laki-laki. Dengan demikian perempuan mendapatkan ruang yang terbatas dalam mengaktualisasikan dirinya sebagai barista.

Konsep diri berkaitan dengan proses refleksi diri, melalui proses ini barista perempuan dapat memanipulasi atau menentukan tindakan terhadap objek dengan mempelajari bagaimana barista dapat bekerja dan berperilaku di lingkungan masyarakat. Secara tidak langsung mereka dapat menempatkan diri atau perilaku berdasarkan persepsi orang lain. Konsep diri pada dasarnya terdapat pada konsep diri “I” sebagai subjek dan “me” sebagai objek. Konsep diri “I” barista perempuan sebagai subjek dapat ditunjukkan melalui perilaku yang kreatif dari barista perempuan di luar norma dan harapan masyarakat. Barista perempuan sebagai “I” atau subjek mempersepsikan dirinya sebagai individu yang memiliki keingintahuan pada industri kopi dan mengembangkan diri melalui bekerja di kedai kopi atau melalui diskusi, kelas barista, dan kompetisi barista. Barista perempuan sebagai “I” menilai bahwa profesi yang dijalani adalah pekerjaan yang menantang dan menyenangkan. Mereka memiliki perasaan yang sama, bahwa setiap individu memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam sebuah profesi.

Diri sebagai “I” atau subjek dapat berubah menjadi “me” atau objek apabila diri tersebut mengatur dan mengendalikan suatu tindakan berdasarkan pertimbangan terhadap nilai, norma-norma, dan harapan orang lain. Barista perempuan sebagai “me” atau objek dapat ditunjukkan dengan penyesuaian perilaku atau diri barista perempuan terhadap pembagian kerja di kedai kopi dengan tetap merangkap sebagai kasir, berpenampilan menarik, dan melayani pelanggan dengan ramah. Stigma negatif pelanggan terhadap kemampuan barista perempuan, membuat dirinya lebih memperhatikan setiap proses dalam menyeduh atau meracik minuman agar menghasilkan rasa yang diminati dan berkesan bagi pelanggan. Barista perempuan tidak menanggapi dan bekerja dengan semestinya pada saat mendapatkan godaan atau pelecehan verbal dari pelanggan. Perempuan yang bekerja di kedai kopi tetap berperilaku ramah dengan menyapa tetangga atau masyarakat sekitar, mereka tidak menghiraukan anggapan negatif mengenai dirinya yang bekerja sebagai barista perempuan karena pulang hingga larut malam.

Berdasarkan analisis yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Barista merupakan garda terdepan dalam perjalanan panjang sebuah kopi, alangkah baiknya barista diharapkan dapat memaksimalkan perannya agar biji kopi dapat menjadi sebuah minuman yang sempurna. Dengan demikian, barista perempuan diharapkan memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas tentang kopi dengan mengikuti diskusi, kelas barista dan kompetisi.
- 2) Perkembangan bisnis kedai kopi di Jombang seharusnya diiringi dengan memperhatikan kualitas barista perempuan, mengingat bahwa barista memiliki peran penting dalam bisnis kedai kopi. Hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk diskusi, kelas barista, dan workshop yang diadakan oleh kedai

kopi. Selain menawarkan menu makanan, minuman, dan konsep yang menarik kepada pelanggan, kedai kopi diharapkan dapat menghadirkan barista perempuan dengan kualitas yang baik. Selain itu, kedai kopi seharusnya memiliki sistem manajemen atau pembagian kerja yang lebih baik dalam menghargai dan mengakomodasi baristanya.

- 3) Penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini mampu disempurnakan oleh peneliti lain dengan objek yang sama. Tentunya dengan menggunakan metode penelitian dan perspektif yang berbeda agar dapat memperluas wawasan bagi siapapun yang membaca atau membutuhkan penelitian yang serupa.

Daftar Pustaka

- [1] BPS, "Statistik Kopi Indonesia 2020," *Badan Pus. Stat.*, vol. 5504006, 2020, [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YjFiNmNmMmE2YWFKMWVIMmQ4YTRjNjU2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMjEvMTEvMzAvYjFiNmNmMmE2YWFKMWVIMmQ4YTRjNjU2L3N0YXRpc3Rpay1rb3BpLWluZG9uZXNpYS0yMDIwLmh0bWw%3D&twoadfnarfeauf=M>.
- [2] Kemenperin, "Direktori Perusahaan Industri," pp. 1–7, 2022.
- [3] R. Jombang, "Olahan Kopi Wonosalam Jombang Mulai Tembus Mancanegara," pp. 1–4, 2021.
- [4] Toffin Indonesia, "Toffin Indonesia Merilis Riset '2020 Brewing in Indonesia' - Toffin Insight," *Insight.Toffin.Id*, pp. 1–5, 2020.
- [5] A. Fitri, "Toffin Indonesia membagi 7 jenis kedai kopi dan 4 gelombang industri kopi Indonesia," *Kontan.co.id*, pp. 1–2, 2019, [Online]. Available: <https://industri.kontan.co.id/news/toffin-indonesia-membagi-7-jenis-kedai-kopi-dan-4-gelombang-industri-kopi-indonesia>.
- [6] R. Jombang, "Usung Konsep Home Brewing , Keterbatasan Lahan Bukan Halangan," *Radar Jombang*, pp. 3–5, 2021.
- [7] Z. Arifin, "Konoa, Kafe Asyik Nuansa Sawah dan Pegunungan di Diwek Jombang B," pp. 1–5, 2021, [Online]. Available: <https://kabarjombang.com/travel-kuliner/konoa-kafe-asyik-nuansa-sawah-dan-pegunungan-di-diwek-jombang/>.
- [8] K. Khotimah, "Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan Dalam Sektor Pekerjaan," *Yinyang J. Stud. Islam Gend.*, vol. 4, no. 1, p. 12, 2009.
- [9] R. A. A. Iskandar Zulkarnain, "KONSEP DIRI PEREMPUAN BARISTA DI KOTA MEDAN," 2020.
- [10] M. T. Yuliandri, "EVOLUSI KEDAI KOPI," *Otten Mag.*, 2015.
- [11] COFFEELAND, "Kedai Kopi Pertama di Indonesia," pp. 4–7.
- [12] B. E. K. Indonesia, *PANDUAN PENDIRIAN USAHA KEDAI KOPI*. Badan Ekonomi

Kreatif, 2017.

- [13] F. Nurikhsan, “Fenomena coffee shop di kalangan konsumen remaja,” pp. 137–144, 2017.
- [14] D. M. Dahwilani, “Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia,” *Inews*, pp. 1–7, 2019, [Online]. Available: <https://www.inews.id/>.
- [15] S. Coffee, “Kenali Pengertian , Tugas , dan Tips Menjadi Barista Kopi Apa itu Barista Kopi ?,” pp. 1–15, 2021.
- [16] D. Haryanto, “Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista dan Konsumen dalam Menciptakan Kepuasan,” 2018.
- [17] Edy Panggabean, *The Secret of Barista : Rahasia Meracik Kopi Ala Barista Profesional*, 1st ed. Jakarta: WahyuMedia, 2012.
- [18] E. S. Syaiful Amir, “Mekanisme Pembagian Kerja Berbasis Gender (The Mechanism of Division Labor Based on Gender),” 2013.
- [19] G. H. Mead and C. W. Morris, “Mind, Self, and Society,” *Mind, Self, Soc.*, 2013, doi: 10.7208/chicago/9780226516608.001.0001.
- [20] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA, CV., 2013.
- [21] F. S. Sadewo, *Meneliti itu mudah*. Surabaya: Unesa University Press, 2016.
- [22] Samsu, *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. 2017.