

## Komunikasi Interpersonal *Founder* Warung Kopi Nikung

Mifta Fauzan<sup>1</sup>, Nofha Rina<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Indonesia, miftahfauzan@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Indonesia, nofharina@telkomuniversity.ac.id

---

### ABSTRAK

Warung Kopi Nikung adalah UMKM yang didirikan oleh 3 orang pemuda bernama Muhammad Jacka Aulia, Nuzul Avi Darmawan dan Ragil Bagus Pratomo. Warung Kopi Nikung didirikan ditengah pandemi covid-19. Mendirikan sebuah usaha Bersama yang berangkat dari komunitas tentu saja membuat komunikasi interpersonal menjadi sangat penting untuk mempertahankan serta mengembangkan usaha tersebut. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus penelitian ini adalah komunikasi *interpersonal* yang terjadi antar *founder*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi pada empat informan yaitu, 3 informan utama dan 1 informan kunci. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para *founder* melakukan komunikasi interpersonal berdasarkan 4 ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu mengenal secara dekat, saling memerlukan, pola hubungan antar pribadi yang ditunjukkan dengan adanya keterbukaan dan kerjasama. Selain itu, para pendiri juga melibatkan perasaan ketika melakukan komunikasi interpersonal

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, *founder*, ciri-ciri komunikasi interpersonal

---

### ABSTRACT

Nikung Coffee Shop is an SME that was founded by 3 young men named Muhammad Jacka Aulia, Nuzul Avi Darmawan and Ragil Bagus Pratomo. The Nikung Coffee Shop was established in the midst of the COVID-19 pandemic. Establishing a joint business that departs from the community, of course, makes interpersonal communication very important to maintain and develop the business. The paradigm used in this study is a descriptive qualitative approach. The focus of this research is interpersonal communication that occurs between founders. Data collection techniques used were interviews and observations on four informants, namely, 3 main informants and 1 key informant. The results of this study indicate that the founders carry out interpersonal communication based on 4 characteristics of interpersonal communication, namely knowing closely, needing each other, patterns of interpersonal relationships which are shown by an attitude of openness and cooperation. In addition, the founders also involve feelings when doing interpersonal communication

Keywords: interpersonal communication, founder, interpersonal communication characteristics

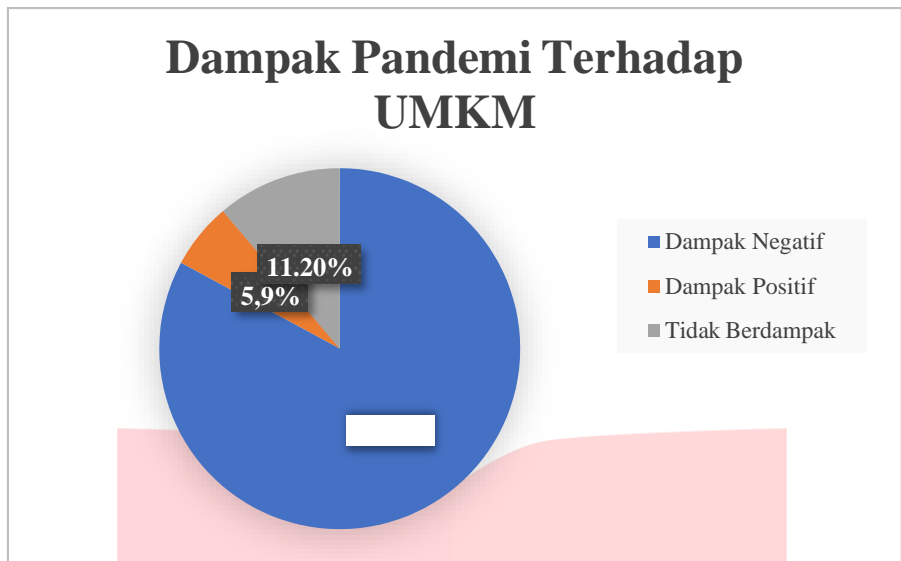
---

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagian masyarakat Indonesia sudah mengenal UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah, tetapi masih ada masyarakat yang tidak mengetahui apa itu UMKM. Menurut Undang-undang No 20 tahun 2008, UMKM ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan dan merujuk pada usaha ekonomi produktif. Menurut Hadion Wijoyo (2021:36) UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola orang-perorangan atau berbentuk badan usaha yang kegiatan usahanya pada lingkup kecil atau mikro. Jika melihat sejarahnya UMKM menjadi penyelamat ketika Indonesia dilanda krisis pada tahun 1997-1998.

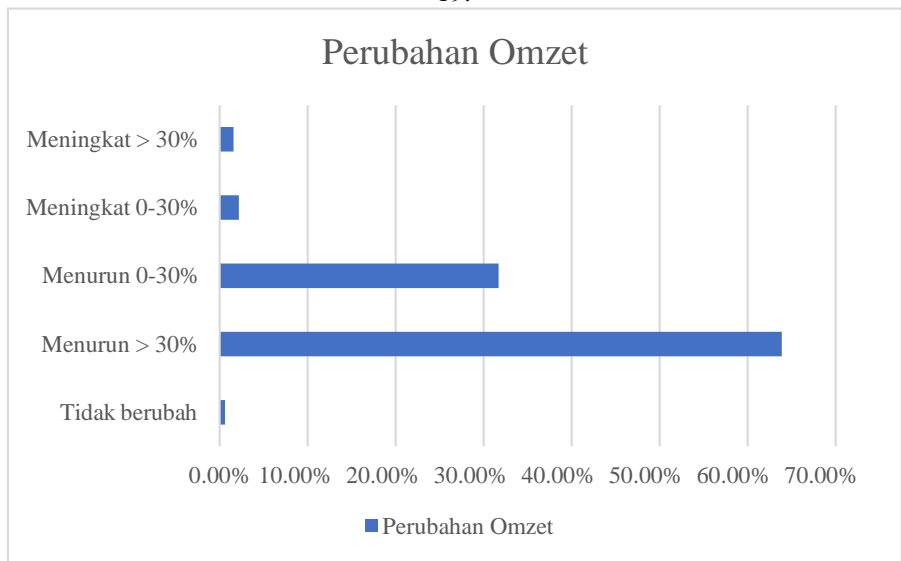
Ketika semua perusahaan besar gulung tikar akibat krisis yang terjadi, UMKM tetap hidup karena usaha milik perorangan dan bisnis skala kecil yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Sejak krisis yang menerpa Indonesia tahun 1997-1998 jumlah UMKM semakin meningkat. Selain itu, UMKM mempunyai peran penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia, karena UMKM menyerap paling banyak tenaga kerja dibanding dengan perusahaan besar. UMKM tersebar disemua tempat yang tidak terjangkau oleh perusahaan besar, seperti daerah pelosok. UMKM juga berperan dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi. UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan. Gambar table dibawah ini menunjukkan UMKM yang terdampak akibat pandemi *covid-19*.



**Gambar 1.1 Dampak Pandemi Terhadap UMKM**

Pandemi *covid-19* yang melanda seluruh dunia, termasuk Indonesia mempunyai efek yang sangat besar terhadap UMKM. Berdasarkan hasil survei Katadata *Insight Center* (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, sebesar 82,9% UMKM merasakan dampak negatif dari pandemi, hanya 5,9% UMKM yang mengalami dampak positif dan 11,20% pelaku UMKM tidak terdampak.

Gambar table dibawah ini menunjukkan perubahan omzet yang dialami para pelaku UMKM selama pandemi *covid 19*.



**Gambar 1.2 Perubahan Omzet UMKM**

Kondisi Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30% dan hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet (*Sumber: Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (katadata.co.id)* diakses pada tanggal 7 november 2021, pukul 21.09).

Kondisi ini disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun. Akibat *covid-19* masyarakat lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluarannya, khususnya bagi para pekerja yang kehilangan pekerjaannya dan pekerja harian, karena masa pandemi yang tidak tahu sampai kapan akan berakhir. UMKM yang menerima dampak langsung dari *covid-19* adalah UMKM yang bergerak di sektor pangan, karena kebijakan *social distancing* yang menyebabkan masyarakat harus tetap dirumah berimbas pada turunnya kinerja permintaan yang berdampak pada pemutusan hubungan kerja dan macetnya pembayaran kredit bahkan tidak mampu untuk membeli gas dan bayar listrik. Faktor-faktor tersebut yang membuat banyak UMKM yang gulung tikar. Meskipun terdampak selama pandemi, pada tahun 2021 UMKM semakin berkembang. Terdapat beberapa

faktor yang membuat UMKM semakin berkembang pada tahun 2021 yaitu, pertama meningkatnya aktivitas masyarakat karena kasus covid terus turun ditengah meluasnya program vaksinasi., kedua naiknya produksi barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disebabkan oleh hari besar seperti Imlek dan hari raya Idul Fitri dan terakhir panen raya di sejumlah daerah yang mendorong kenaikan harga komoditas. Tahun 2021 menjadi tahun yang baik bagi perekonomian Indonesia khususnya para pelaku UMKM. Aktivitas yang berangsur normal membuat para pelaku UMKM dapat kembali menjalankan bisnisnya. Seperti *WARNING (Warkop Nikung)* usaha warkop yang didirikan ditengah pandemi oleh 3 orang pemuda.

Warung kopi nikung didirikan ditengah pandemi pada tanggal 10 April 2021 oleh 3 orang pemuda yaitu Muhammad Jacka Aulia, Nuzul Avi Darmawan, Ragil Bagus Pratomo. Mereka mendirikan Warung Kopi karena membutuhkan pendapatan tambahan selain mengandalkan gaji dari pekerjaan mereka masing-masing. Dengan bermodalkan uang yang terkumpul dari masing-masing individu mereka memutuskan untuk menyewa sebuah kios di Jl Aren Raya Blok AS51 no. 17 Jatisampurna, Kota Bekasi Jawa barat dan membuat kios tersebut menjadi Warung Kopi. Agar UMKM dapat tetap berkembang dimasa pandemi, dibutuhkan usaha-usaha strategis salah satunya adalah perencanaan, promosi dan komunikasi yang baik antara *founder*. Komunikasi yang baik menjadi salah satu kunci agar Warung Kopi Nikung dapat berkembang dikarenakan dari 3 *founder* tersebut, 2 diantaranya adalah pekerja dengan status Pegawai di Perusahaan Swasta. Selain itu, para *founder* telah menjalin persahabatan sejak masa sekolah. Judy C dalam Ngalimun (2018:17) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi, maksudnya bahwa efektivitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan kadar hubungan antar individu. Dalam hal ini hubungan yang baik dan kadar hubungan yang telah terjalin lama antara *founder* menjadi kunci perkembangan dari Warung Kopi Nikung. Jika hubungan komunikasi *founder* di dalam sebuah perusahaan berjalan dengan baik, maka usaha yang dijalankan akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu komunikasi interpersonal antara *founder* menjadi sangat penting. Menurut Suranto Aw (2011:5) komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui Media (*primer*). Sedangkan komunikasi tidak langsung (*sekunder*) dicirikan oleh adanya penggunaan Media tertentu. Adapun yang diteliti dalam komunikasi interpersonal menurut Suranto Aw yaitu: 1. Mengenal secara dekat, artinya para *founder* Warung Kopi Nikung sudah mengenal secara dekat latar belakang tentang individu masing-masing seperti makanan kesukaan, hari ulang tahun, teman dekatnya dan nomor telepon selulernya. 2. Saling memerlukan, artinya para *founder* Warung Kopi Nikung merasa memerlukan kehadiran seorang teman untuk berinteraksi, bekerjasama, dan saling memberi atau menerima masukan satu sama lain agar saling merasa mendapat manfaat satu sama lainnya. 3. Pola hubungan antarpribadi yang di tunjukan oleh adanya sikap keterbukaan oleh keduanya, artinya para *founder* Warung Kopi Nikung dapat menerima kekurangan antar pribadi agar dapat saling mengisi kekurangan dengan kelebihan. 4. Kerjasama, artinya para *founder* harus menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan bersama dan pada saat bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian diri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *founder* Warung Kopi Nikung. Alasan peneliti memilih warung kopi Nikung karena warkop ini berdiri ditengah pandemi *covid-19* atas dana yang dikumpulkan bersama sehingga memunculkan tujuan bersama, dan 4 dari 5 *founder* adalah pekerja di perusahaan swasta, dan 5 *founder* tersebut sudah bersahabat sejak masa sekolah menengah atas.

Berangkat dari uraian diatas, dengan melihat begitu pentingnya komunikasi dalam mengembangkan bisnis bersama, maka penulis tertarik mengupas lebih dalam bagaimana aktivitas komunikasi interpersonal antara *founder* warung kopi nikung.

#### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti menetapkan fokus penelitian pada terjadinya komunikasi interpersonal antara *founder* warung kopi nikung

#### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah penulis jabarkan, maka penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian pada komunikasi interpersonal antara *founder* warung kopi nikung sebagai berikut:\

1. Bagaimana komunikasi *interpersonal* para *founder* Warung Kopi Nikung
2. Bagaimana ciri-ciri komunikasi *interpersonal*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan para *founder*.

2. Untuk mengetahui ciri-ciri komunikasi *interpersonal*

### E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu warung kopi niking agar dapat berkembang khususnya dalam aspek komunikasi antarpribadi yang efektif, sehingga warung kopi niking dapat bertahan ditengah situasi pandemi bahkan setelah pandemi. Selain itu manfaat penilitain ini memenuhi dua aspek yaitu manfaat teoritis dan praktis. Berikut manfaat dari aspek-aspek tersebut:

#### 1. Aspek Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan serta memberikan pemahaman nilai-nilai komunikasi interpersonal.
- b. Dapat memberikan kontribusi positif dalam ranah komunikasi interpersonal, serta menjadi acuan bagi teman-teman yang akan meneliti dibidang komunikasi interpersonal.
- c. Untuk bisa mengembangkan kajian konteks komunikasi interpersonal khususnya hubungan komunikasi interpersonal.

2.

#### Aspek Praktis

##### 1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang mendalam bagi peneliti tentang komunikasi interpersonal, serta mengetahui bagaimana proses komunikasi interpersonal agar menjadi komunikasi yang efektif agar menjadi bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

##### 2. Bagi Warung Kopi Niking

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan masukan bagi Warung Kopi Niking tekhhusus para *founder* dalam mengimplementasikan komunikasi interpersonal dengan baik.

### F. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Untuk penelitian ini, peneliti memilih lokasi di Kota Jakarta, tepatnya di Jl. Arem Raya no. 51, dimana lokasi tersebut menjadi tempat Warung Kopi Niking.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari November 2021 sampai April 2022

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Landasan Teori

#### 1. Komunikasi Interpersonal

R Wayne Pace dalam Ngalimun (2018:1), menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan sebuah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih, pada prosesnya komunikasi dilakukan secara tatap muka langsung. Ketika seorang pengirim menyampaikan sebuah pesan dan penerima pesan tersebut menanggapi dan menerima secara langsung begitulah proses komunikasi interpersonal terjadi. Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal yang terjalin adalah antara *founder-founder* Warung Kopi Niking. Menurut Joseph A Devito dalam Ngalimun (2018:2) komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan baik antara dua orang maupun dengan kelompok kecil, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang memberikan umpan balik segera, seperti yang dilakukan oleh para *founder* Warung Kopi Niking.

#### 2. Ciri-Ciri Hubungan Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto Aw (2011:28) hubungan interpersonal adalah suatu *action oriented*. Suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif, menyenangkan, dan memuaskan. Berikut adalah ciri-ciri komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh Suranto Aw:

##### a. Mengenal secara dekat

Artinya bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan interpersonal saling mengenal secara dekat. Dikatakan mengenal secara dekat, karena tidak hanya mengenal identitas pokok seperti nama, alamat, status perkawinan, dan pekerjaan. Namun lebih dari itu semua, kedua belah pihak saling mengenal berbagai sisi kehidupan lainnya, seperti: mengetahui nomor telepon selulernya, makanan kesukaannya, hari ulang tahunnya, teman-teman dekatnya, dan sebagainya. Pada prinsipnya semakin banyak mengenal sisi latar belakang diri pribadi orang lain, hal itu menunjukkan kadar kedekatan hubungan interpersonal.

##### b. Saling memerlukan

Hubungan Interpesonal diwarnai oleh pola hubungan saling mnguntungkan secara dua arah dan saling memerlukan. Sekurang-kurangnya kedua belah pihak merasa saling memerlukan kehadiran seorang teman untuk berinteraksi, bekerjasama, saling memberi dan menerima. Dengan demikian adanya rasa saling memerlukan dan saling mendapatkan manfaat ini akan menjadi tali pengikat keberlangsungan

hubungan interpersonal. Apabila salah satu pihak merasa tidak memperoleh manfaat, maka keadaan seperti ini dapat dipakai sebagai alasan terjadinya “putus” hubungan interpersonal.

- c. Pola hubungan antar pribadi yang ditunjukkan oleh adanya sikap keterbukaan  
Hubungan interpersonal juga ditandai oleh pemahaman sifat-sifat pribadi di antara kedua belah pihak. Masing-masing saling terbuka sehingga dapat menerima perbedaan sifat pribadi tersebut. Adanya perbedaan sifat pribadi bukan menjadi penghalang untuk membina hubungan baik, justru menjadi peluang untuk dapat saling mengisi kelebihan dan kekurangan
- d. Kerjasama  
Kerjasama akan timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama, pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut. Hubungan interpersonal yang dikategorikan memiliki kadar atau kualitas yang baik, tidak saja menunjukkan adanya interaksi harmonis yang bertahan lama, namun juga tercapainya Kerjasama.

#### **B. Faktor Pengaruh Kadar Hubungan Interpersonal**

Kadar atau kualitas hubungan interpersonal mengalami pasang surut. Pada saat tertentu berada pada kadar yang baik yang ditandai oleh adanya keharmonisan, kebersamaan, dan Kerjasama yang menyenangkan, namun pada saat yang lain dapat saja mengarah pada kadar yang kurang baik yang di tandai oleh adanya perbedaan dan kekecewaan. Perbedaan itu pada mulanya bersifat laten atau tersembunyi, artinya seorang sebenarnya tidak sepaham dengan orang lain namun masih bisa disimpan dalam persaannya sendiri.

Apabila perbedaan dan ketidakcocokan yang semula disimpan, ternyata semakin lama semakin besar, maka dapat saja perbedaan atau ketidakcocokan itu bersifat manifest (nyata) setelah diekspresikan dengan cara tertentu, misalnya dengan klarifikasi, protes, bahkan demonstrasi.

#### **C. Founder**

*Founder* adalah suatu orang atau kelompok yang memimpin sebuah bisnis atau perusahaan. *Founder* juga bisa disebut sebagai pengusaha atau wirausahawan. Menurut Alan S. Gutterman (2018:1) pengusaha adalah satuan dasar analisis yang datang untuk mempelajari peluncuran bisnis baru. John J. Kao dalam H Saban Echdar dan Maryadi (2019:188), menyatakan berkewirausahaan adalah untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif dapat mengungkapkan dan mendeskripsikan peristiwa sehingga dapat diketahui keadaan sebenarnya.

Fraenkel dan Waren dalam John W. Creswell (2019:276) menyatakan penelitian kualitatif berfokus pada proses-proses yang terjadi, atau hasil dan *outcome*, peneliti kualitatif khususnya tertarik pada usaha memahami bagaimana sesuatu itu muncul. Pada hakikatnya penelitian metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti kelompok manusia atau suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Dengan jenis pendekatan deskriptif akan diungkap dan dideskripsikan bagaimana komunikasi interpersonal *founder* Warung Kopi Nikung.

#### **B. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif dapat mengungkapkan dan mendeskripsikan peristiwa sehingga dapat diketahui keadaan sebenarnya.

Fraenkel dan Waren dalam John W. Creswell (2019:276) menyatakan penelitian kualitatif berfokus pada proses-proses yang terjadi, atau hasil dan *outcome*, peneliti kualitatif khususnya tertarik pada usaha memahami bagaimana sesuatu itu muncul. Pada hakikatnya penelitian metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti kelompok manusia atau suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Dengan jenis pendekatan deskriptif akan diungkap dan dideskripsikan bagaimana komunikasi interpersonal *founder* Warung Kopi Nikung.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian menurut Arikunto (2007:152) merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam suatu penelitian yang harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa orang, benda, atau suatu hal.

Dengan demikian, subjek penelitian pada umumnya manusia atau segala hal yang menjadi urusan manusia. Maka, subjek penelitian pada penelitian ini adalah *founder* Warung Kopi Nikung.

## 2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:20) objek penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian ini adalah hubungan komunikasi interpersonal *founder* Warung kopi Nikung.

## D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Warung Kopi Nikung yang berada di Jl Aren Raya Blok AS51 no. 17, Kota Bekasi, Jawa Barat.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yang dijelaskan sebagai berikut

### 1. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini merupakan sumber data utama (primer) yang dilakukan untuk mendapatkan informasi lisan maupun tulisan dari narasumber. Wawancara dapat dilakukan melalui bentuk percakapan baik secara lisan maupun tulisan dan ditunjukkan secara langsung pada informan penelitian. Sebagaimana diungkapkan Soehartono (2011:67) bahwa wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*).

Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan peneliti dalam rangka untuk menggali informasi langsung dari informan penelitian yang peneliti tentukan. Wawancara juga bisa menjadi alat verifikasi atas informasi yang didapat peneliti dari sumber informasi lainnya di ruang lingkup Warung Kopi Nikung. Wawancara ini dilakukan dengan berpedoman pada bentuk wawancara berstruktur yang dilakukan dengan mengacu pada pedoman wawancara yang sudah disusun oleh peneliti dan dikembangkan pada saat wawancara berlangsung dengan menyesuaikan dari berbagai informasi yang didapatkan dari pihak informan.

### 2. Observasi

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan Teknik observasi yang melibatkan peneliti sebagai pengamat dalam fenomena komunikasi interpersonal *founder* Warung Kopi Nikung. Bungin (2012:115) mengatakan bahwa observasi adalah kegiatan keseharian manusia menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.

Observasi ini dilakukan dengan menempatkan peneliti di Warung Kopi Nikung secara langsung dan mengamati para pelaku yang terlibat dalam fenomena yang diteliti. Untuk itu observasi ini dijadikan sebagai salah satu teknik pengumpulan data karena peneliti ingin terlibat langsung terkait kegiatan komunikasi interpersonal *founder* Warung Kopi Nikung.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Mengenal Secara Dekat

Mengenal secara dekat mempengaruhi komunikasi interpersonal karena pada prinsipnya semakin banyak mengenal sisi-sisi latar kepribadian diri pribadi orang lain, hal itu menunjukkan kadar kedekatan hubungan interpersonal (Suranto AW 2011:28). Pada hal ini para *founder* telah mengenal kepribadian masing-masing karena telah mengenal selama 7 tahun. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ahli, beliau mengatakan komunikasi interpersonal itu bisa terjadi saat dua orang terlibat dalam proses komunikasi maka masuk dalam ciri-ciri komunikasi interpersonal seperti adanya pertukaran informasi, pendapat dan perasaan apapun yang melibatkan dua individu, maka semakin lama kenal dan semakin banyak pertukaran pesan serta perasaan yang terlibat semakin baik pula komunikasi interpersonal tersebut. Setelah melakukan wawancara dengan informan utama dan informan ahli, peneliti berpendapat bahwa para *founder* telah mengenal secara dekat dan dalam karena mereka mengenal keluarga masing-masing individu dan telah berteman selama lebih dari 7 tahun. Selain itu para founder menjadi dekat dikarenakan *frekuensi* komunikasi yang terus dijaga sehingga melibatkan perasaan ketika berkomunikasi.

### 1. Saling memerlukan

Hubungan interpersonal diwarnai oleh pola hubungan saling menguntungkan secara dua arah dan saling memerlukan (Suranto AW 2011:28). Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama, para *founder* telah mendapatkan keuntungan pribadi, karena telah mendapat keuntungan timbul rasa saling memerlukan antara *founder* oleh karena itu para *founder* menjaga hubungan yang mereka telah jalin selama 7 tahun. Hal ini divalidasi oleh informan ahli yang mengatakan bahwa komunikasi interpersonal membutuhkan sisi saling memerlukan karena komunikasi antarpribadi berlangsung melalui percakapan tatap muka yang biasanya terhubung secara emosional karena adanya pertukaran pandangan, perasaan dan sikap tentang masalah apa pun yang dibicarakan. Peneliti berpendapat bahwa para *founder* memiliki rasa saling membutuhkan secara *financial* karena mereka membuka warung kopi ini bersama tujuannya adalah untuk menghasilkan penghasilan tambahan. Selain itu mereka juga membutuhkan adanya seseorang untuk berbincang masalah pribadi ataupun hal lainnya, hal ini timbul karena para *founder* telah merasakan manfaat satu sama lainnya

### 2. Pola Hubungan Antar Pribadi Yang Ditunjukkan Oleh Adanya Sikap Keterbukaan

Hubungan interpersonal ditandai oleh pemahaman sifat-sifat pribadi di antara kedua belah pihak (Suranto AW 2011:28) hal ini sejalan dengan pernyataan informan ahli yang mengatakan bahwa Sikap terbuka itu adalah kemampuan dari seorang individu menilai secara obyektif lawan bicaranya, misal ketika sedang sama-sama berkomunikasi kedua pihak bisa saling menerima masukan, saran dan kritik juga bersedia mengubah kepercayaannya masing masing saat berinteraksi bersama. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama para *founder* telah memahami kelebihan serta kekurangan masing-masing individu yang kurang konsisten dalam menjalankan bisnis bersama karena kesibukan masing-masing yang dimiliki para *founder* tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan cara musyawarah yang dilakukan secara rutin oleh *founder*. Para *founder* juga mengetahui masalah pribadi yang sedang dialami oleh masing-masing individu, hal ini menunjukkan sikap keterbukaan serta saling menerima masukan. Menurut peneliti para *founder* dapat mengetahui sifat kekurangan dan kelebihan masing-masing individu karena hubungan yang telah terjalin selama 7 tahun dan mereka bisa menerima kekurangan masing-masing individu karena mereka berkomitmen untuk menjalankan bisnis ini bersama, maka ketika salah satu dari *founder* tersebut memiliki masalah para *founder* yang lain pun akan membantu untuk menyelesaikan masalah tersebut.

### 3. Kerjasama

Kerjasama akan timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut (Suranto AW 2011:28). Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama, meskipun mereka memiliki kesibukan masing-masing hal ini dapat diatasi dengan musyawarah yang dilakukan secara rutin oleh para *founder* untuk menentukan jam jaga, dan juga perjanjian secara lisan yang mengikat para *founder* selain itu mereka juga membagi tanggung jawab masing-masing individu. Hal ini divalidasi oleh informan ahli yang mengatakan bahwa kerjasama dalam komunikasi interpersonal itu seperti mengkomunikasikan keinginan untuk bekerja sama mencari pemecahan masalah agar tidak saling mendikte, tidak saling egois agar masing-masing bisa menetapkan tujuan bersama guna memutuskan bagaimana mencapainya, saling dukung bersama. Peneliti berpendapat bahwa para *founder* bekerjasama atas dasar komitmen bersama yaitu menghasilkan penghasilan tambahan, hal ini ditunjukkan dengan tanggung jawab yang diberikan untuk masing-masing individu, seperti jika yang bertanggung jawab untuk sosial media, nuzul yang bertanggung jawab untuk stok barang dan ragil yang bertanggung jawab untuk keuangan. Selain dari tanggung jawab per individu, para *founder* juga selalu bermusyawarah mingguan ataupun bulanan untuk membahas progress warung kopi dan apa yang akan dilakukan kedepannya.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dan dianalisa, peneliti kemudian menarik kesimpulan bahwa, para *founder* telah melakukan komunikasi interpersonal dengan baik karena para *founder* melibatkan perasaan dalam pertukaran pesan dan pendapat. Hal ini mereka lakukan karena kedekatan yang telah terjalin selama 7 tahun lamanya. Para *founder* juga selalu menjaga komunikasi yang mereka telah jalin karena perasaan saling membutuhkan dan mendapatkan manfaat dari individu lainnya. Para *founder* juga saling memahami sifat kelebihan serta kekurangan satu sama dan membuat mereka menjadi pribadi yang lebih baik karena saling memberi masukan yang positif. Para *founder* juga membagikan tanggung jawab untuk individu agar merasa saling memiliki dan bertanggung jawab pada bisnis Warung Kopi.

## B. Saran

Setelah menganalisis fenomena yang terjadi peneliti memberikan saran dan masukan dalam akademis untuk mengembangkan ilmu yang telah didapat melalui pembuatan penelitian yang telah dilakukan ini dan selanjutnya masukan untuk Warung Kopi Nikung agar lebih baik lagi.

1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperluas dan mengembangkan jenis penelitian komunikasi khususnya manajemen komunikasi.

2. Saran Praktis

Adapun saran dari peneliti untuk Warung Kopi Nikung adalah agar membuat perjanjian yang mengikat untuk kedepannya agar *founder* lebih konsisten dalam menjalankan bisnis Warung Kopi Nikung.

## REFERENSI

- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajagrafindo.
- Arikunto, S. 2007. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2012. Analisa Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Guterman, Alan S. 2018. *Founders*. New York. *Business Expert Press*.
- John Creswell and J. David Creswell. 2019. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks. Sage Publication.
- Katadata Insight Center. Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Diambil dari: [Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id) (Akses 6 Februari 2022)
- Moleong, R. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngalimun. 2018. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Saban Echdar dan Maryadi. (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta. Deepublish.
- Saldana., Miles & Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications.
- Soehartono, Irawan. 2011. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta
- Suranto Aw. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Wijoyo, H. 2021. Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. Insan Cendekia Mandiri.