

Dramaturgi Profesi Barista Tangkele kopi dan Serotonin Pekanbaru

Muhammad Khalil Gibran¹ Rd Siti Sofro Sidiq²

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}

Email: muhammad.khalil4734@student.unri.ac.id¹ siti.sofro@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini menganalisis profesi barista melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman, dengan fokus pada cara barista membangun citra diri (front stage) saat bekerja dan menggambarkan kehidupan pribadi mereka (back stage) dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Studi ini dilakukan di dua kedai kopi di Pekanbaru, yakni Tangkele kopi dan Serotonin. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengandalkan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista secara aktif membentuk personal branding dan citra profesional melalui penampilan, sikap ramah, serta komunikasi yang efektif dengan konsumen. Di balik layar, para barista menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan hidup akibat penghasilan yang belum seimbang dengan gaya hidup atau beban kerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa profesi barista tidak hanya menuntut keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan memainkan peran sosial secara sadar di hadapan publik untuk membentuk impresi positif.

Kata Kunci: Dramaturgi, Barista, Front Stage, Back Stage, Personal Branding

Abstract

This research explores the profession of baristas through the lens of Erving Goffman's dramaturgical theory, focusing on how baristas construct their personal branding (front stage) while working and reveal their personal lives (back stage) in meeting their daily needs. The research was conducted at two coffee shops in Pekanbaru, namely Tangkele kopi and Serotonin. Using a descriptive qualitative method with in-depth interviews, observation, and documentation techniques, the research found that baristas actively build personal branding and a professional image through appearance, friendly demeanor, and effective communication with customers. Behind the scenes, however, baristas face challenges in meeting their living needs due to incomes that are often not aligned with their lifestyle or workload. The findings indicate that the barista profession requires not only technical skills but also the ability to consciously perform social roles in front of the public to create a positive impression. Dramaturgical theory is used as an analytical tool to understand the social dynamics between performance and the realities of the barista profession in the local coffee industry.

Keywords: Dramaturgy, Barista, Front Stage, Back Stage, Personal Branding



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi memiliki pengaruh besar terhadap perubahan hidup masyarakat pada saat ini. Salah satu sektor usaha yang diminati adalah warung kopi atau coffee shop yang sekarang bisa banyak dijumpai di Indonesia (Gustiawan & Satriyono, 2022). Kota Pekanbaru juga menjadi salah satu kota yang memiliki coffee shop yang cukup banyak. Perkembangan itu juga bukan tanpa dasar, hal ini karena sumber daya bahan baku kopi yang melimpah di Indonesia yang juga merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di dunia. Dalam perkembangannya coffee shop berinovasi dalam menu mereka dengan menawarkan berbagai varian kopi, minuman kopi kreatif, dan opsi non-kopi. Selain itu, Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia memberikan keuntungan tersendiri bagi perkembangan bisnis ini. Pasokan kopi lokal yang melimpah dan beragam

kualitasnya memungkinkan para pengusaha coffee shop untuk menyajikan kopi berkualitas dengan harga yang kompetitif. Hal ini juga mendukung keberlanjutan bisnis sekaligus membantu petani kopi lokal agar dapat terus berkembang. Perkembangan coffee shop di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Awalnya, coffee shop hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi secara cepat, namun seiring dengan meningkatnya minat dan kebutuhan pelanggan, coffee shop berkembang menjadi ruang multifungsi yang tidak hanya menyediakan minuman kopi, tetapi juga menjadi tempat untuk bersosialisasi, bekerja, rapat, hingga menikmati hiburan seperti pertunjukan music (Aryani et al., 2022). Kota Pekanbaru juga menjadi salah satu kota yang memiliki coffee shop yang cukup banyak. Perkembangan itu juga bukan tanpa dasar, hal ini karena sumber daya bahan baku kopi yang melimpah di Indonesia yang juga merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di dunia. Dalam perkembangannya coffee shop berinovasi dalam menu mereka dengan menawarkan berbagai varian kopi, minuman kopi kreatif, dan opsi non-kopi. Selain itu, Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia memberikan keuntungan tersendiri bagi perkembangan bisnis ini.

Coffee shop di Pekanbaru kini tidak hanya mengandalkan cita rasa kopi, tetapi juga menghadirkan suasana yang nyaman dengan desain interior yang instagramable, koneksi internet cepat, serta pemilihan musik yang mendukung produktivitas. Banyak anak muda yang memilih coffee shop sebagai tempat kerja atau belajar karena suasananya yang tidak membosankan dan mendukung kreativitas. Saat ini Pekanbaru memiliki banyak coffee shop baru yang berkembang seperti, Malabar, Tanaman, Samara, Kala Bumi, Boogbo, Monochrome, Lakosa, Pillar, Coma, Memory, Efek Kopi, Local Dealer, Tetra, Solter, Langkah Kanan, Lamgit Biru, Gaia, Kaloka, Swa Coffee, Marco, Aksen, Eterna, Taru, Jendela Coffee, Suko Coffee, Tangkele Coffee, RCRD Coffee, Nion Coffee, Beta Coffee, Separuh Bumi, Samula, Satutuju, Norma+, Monosky, Orca, Sekarsa, Cabonos, Leton Coffee, Serotonin Cafe. Perkembangan profesi saat ini sangat dinamis, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, perubahan kebutuhan pasar, dan tren global. Salah satunya profesi barista, profesi barista terus berkembang dengan pesat saat ini. Profesi barista di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi dan budaya ngopi yang semakin populer. Barista bukan sekadar pembuat kopi biasa, melainkan seorang ahli yang memiliki keterampilan khusus dalam meracik, mengolah, dan menyajikan berbagai jenis minuman kopi dengan teknik yang tepat dan estetika menarik. Perkembangan profesi barista ditandai dengan bertambahnya jumlah kedai kopi modern di berbagai kota besar maupun daerah, yang secara langsung meningkatkan kebutuhan akan barista profesional. Banyak sekolah dan pelatihan barista bermunculan di Indonesia, menawarkan kursus untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan tentang kopi, mulai dari teknik penyeduhan, pemahaman biji kopi, hingga seni latte art. Para barista Indonesia juga aktif mengikuti kompetisi kopi tingkat nasional dan internasional, yang semakin mengangkat kualitas dan reputasi profesi ini.

Semakin banyak yang menikmati kopi kualitas tinggi, sehingga permintaan untuk barista yang terampil dan berpengetahuan luas tentang kopi semakin tinggi. Pelatihan dan sertifikasi khusus untuk barista juga semakin dihargai dalam industri ini. Selain itu, tren kopi seperti seni *latte* dan minuman kopi kreatif juga memperluas keterampilan yang diharapkan dari seorang barista. Secara umum, barista memang bekerja di kedai-kedai kopi, bar kopi, atau coffee shop dan biasanya mengoperasikan mesin espresso yang cenderung rumit (Noprinah, 2022). Seorang barista harus mempunyai kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang berubah dan melayani pelanggan dengan efisien mencerminkan fleksibilitas dan keterampilan manajemen yang baik. Barista harus mampu membentuk citra diri saat bekerja

agar dapat meninggalkan kesan yang baik bagi konsumen, barista menciptakan citra profesional dengan menjaga etika kerja, pakaian kerja yang rapi, dan berkomunikasi dengan santun, hal ini bertujuan untuk memberikan kesan positif kepada konsumen. Barista yang ramah dan responsif dapat membantu menciptakan citra positif, barista juga harus memiliki pengetahuan yang baik tentang kopi, dan metode penyeduhan adalah kunci. Interaksi yang baik dengan pelanggan bisa meninggalkan kesan yang kuat.

Barista sebagai aktor sosial berperan membangun citra profesional dan personal branding di panggung depan, yaitu saat berinteraksi dengan pelanggan dan menampilkan diri yang ideal, ramah, dan kompeten. Mereka menggunakan personal branding sebagai sarana untuk memperkuat eksistensi dan profesionalitasnya dalam dunia kopi modern. Namun, di balik layar atau panggung belakang, barista menghadapi realitas yang berbeda, seperti penghasilan yang tidak sepadan dengan kebutuhan hidup sehari-hari, tekanan gaya hidup, dan tuntutan kinerja yang belum terpenuhi secara memadai. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian untuk memperoleh informasi yang akurat tentang dramaturgi profesi barista. Profesi barista kini menjadi pilihan karir yang diminati terutama oleh generasi muda karena tidak hanya menawarkan penghasilan yang kompetitif, tetapi juga peluang untuk berkreasi dan berkembang dalam industri kopi yang dinamis. Barista juga berperan penting dalam mengangkat kualitas kopi lokal Indonesia dan memperkenalkannya ke pasar yang lebih luas. Seorang barista harus mempunyai kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang berubah dan melayani pelanggan dengan efisien mencerminkan fleksibilitas dan keterampilan manajemen yang baik. Barista harus mampu membentuk citra diri saat bekerja agar dapat meninggalkan kesan yang baik bagi konsumen, barista menciptakan citra profesional dengan menjaga etika kerja, pakaian kerja yang rapi, dan berkomunikasi dengan santun, hal ini bertujuan untuk memberikan kesan positif kepada konsumen. Barista yang ramah dan responsif dapat membantu menciptakan citra positif, barista juga harus memiliki pengetahuan yang baik tentang kopi, dan metode penyeduhan adalah kunci. Interaksi yang baik dengan pelanggan bisa meninggalkan kesan yang kuat.

Selain aspek teknis, peran barista kini juga mencakup pelayanan pelanggan, pengelolaan mesin kopi yang semakin canggih, serta inovasi dalam menciptakan variasi menu kopi yang menarik. Perkembangan teknologi, seperti mesin espresso otomatis dan sistem pembayaran digital, turut mempengaruhi cara kerja barista dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Profesi ini juga memiliki jenjang karir yang jelas, mulai dari barista pemula, barista lanjutan yang mengelola operasional harian dan pengembangan menu, hingga barista senior yang memimpin tim dan menjadi mentor bagi barista baru. Tuntutan fisik juga tidak kalah berat. Barista sering kali harus berdiri dalam waktu lama, melakukan gerakan berulang, dan mengoperasikan peralatan yang cukup berat. Kondisi ini menuntut mereka untuk menjaga kesehatan fisik dan postur kerja yang baik agar terhindar dari kelelahan atau cedera. Selain itu, tekanan kerja dan stres juga menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika harus melayani pelanggan dalam waktu singkat dengan kualitas yang tetap terjaga. Tidak ada karakteristik tertentu untuk menjadi seorang barista, namun ada syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi dan dijalankan bagi seseorang jika ingin menjadi seorang barista. Dengan kriteria tersebut membuat barista dianggap sebagai profesi yang menuntut keterampilan dan pengalaman yang baik, dengan begitu barista dapat dipandang sebagai profesi yang diperhitungkan di mata masyarakat. Profesionalitas barista saat bekerja berpengaruh pada fenomena citra diri seorang barista, ketidaksesuaian citra diri barista membuat mereka kesulitan dalam menjadikan profesi barista sebagai sumber pemenuhan kebutuhan sehari-harinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana *personal branding (front stage)* barista ketika bekerja, dan bagaimana kehidupan barista dalam pemenuhan kehidupan sehari-hari (*back stage*). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di dua *coffeeshop* di Pekanbaru, tepatnya di Tangkelekopi dan Serotonin Pekanbaru. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena *Coffee shop* ini memiliki keunikan dalam segi manajemen, desain bangunan, dan suasana. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk berkunjung dan menarik minat pasar. Subjek dalam penelitian ini yaitu barista yang berasal dari Tangkelekopi dan Serotonin Pekanbaru. Pemilihan subjek dilakukan secara *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah teknik di mana peneliti melakukan subjek pemilihan subjek secara terencana dengan menetapkan kriteria subjek yang akan dipilih untuk dijadikan subjek informan dalam penelitian ini. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini yaitu :

1. Memiliki pengalaman kerja minimal 6 bulan (termasuk masa kerja training).
2. Pernah mengikuti kelas pelatihan barista dengan trainer barista atau pernah melakukan masa training
3. Merupakan barista full time dengan latar pendidikan telah menamatkan Sekolah Menengah Akhir (SMA)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Front Stage Barista

Latar belakang barista yang beragam menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka tidak memiliki pendidikan formal dalam bidang kopi, melainkan mempelajari keahlian secara otodidak atau melalui pengalaman kerja langsung. Alasan mereka memilih profesi ini juga bervariasi, mulai dari kebutuhan ekonomi, ketertarikan terhadap dunia kopi, hingga keinginan untuk memiliki pekerjaan yang fleksibel. Meskipun demikian, para barista menunjukkan tingkat profesionalitas yang tinggi dalam membangun *personal branding* mereka di hadapan konsumen. Penampilan yang rapi, penguasaan terhadap produk kopi, serta kemampuan menyampaikan informasi secara komunikatif menjadi instrumen penting dalam menampilkan identitas profesional tersebut. Dalam interaksi dengan pelanggan, para barista mengembangkan strategi komunikasi yang efektif. Mereka tidak hanya memberikan pelayanan fungsional, melainkan juga menciptakan suasana yang akrab dan nyaman melalui sapaan hangat, dialog ringan, serta kemampuan membaca situasi sosial. Hubungan interpersonal ini berfungsi tidak hanya sebagai bentuk pelayanan, tetapi juga sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan melalui penciptaan pengalaman emosional yang positif. Hal ini memperlihatkan bahwa barista memiliki kapasitas sebagai komunikator sosial yang mampu memainkan peran ganda: menyajikan produk dan sekaligus membangun relasi yang bermakna. Selain aspek komunikasi, kepatuhan terhadap aturan kerja dan etika profesional turut menjadi bagian integral dari *front stage*. Disiplin waktu, penggunaan seragam kerja, kebersihan area kerja, serta kemampuan mengelola tekanan kerja pada situasi ramai menjadi bagian dari skenario kerja yang konsisten ditampilkan untuk mempertahankan standar profesional. Komponen-komponen ini tidak hanya mencerminkan kualitas pelayanan, tetapi juga memperkuat *personal branding* barista sebagai representasi dari nilai dan identitas kedai kopi tempat mereka bekerja.

Tolak ukur keberhasilan seorang barista tidak lagi terbatas pada keahlian teknis dalam menyeduh kopi atau menyajikan menu, melainkan juga mencakup kemampuan membangun kesan positif melalui penampilan sosial yang terencana. Barista yang dianggap profesional adalah mereka yang mampu menjaga kestabilan emosi, menunjukkan sikap ramah, responsif

terhadap kebutuhan pelanggan, serta mampu beradaptasi dengan berbagai kondisi kerja yang dinamis. Dengan demikian, personal branding yang dibentuk tidak hanya bersifat visual atau teknis, tetapi juga mencerminkan kapasitas sosial yang mendalam. Barista merupakan aktor sosial yang secara sadar mengelola kesan dan membentuk personal branding dalam konteks kerja. Mereka tidak hanya menghadirkan kualitas produk, tetapi juga menciptakan pengalaman sosial yang bernilai bagi pelanggan. Dalam teori dramaturgi, aktivitas mereka merupakan bentuk pertunjukan sosial yang terstruktur, di mana keberhasilan ditentukan oleh konsistensi dalam memainkan peran, kemampuan adaptif, serta kecermatan dalam membangun impresi yang sesuai dengan ekspektasi publik. Oleh karena itu, profesi barista harus dipahami bukan semata-mata sebagai pekerjaan teknis, melainkan sebagai bentuk kerja sosial yang menuntut integrasi antara keterampilan teknis, komunikasi interpersonal, dan pengelolaan identitas profesional secara berkelanjutan.

Back Stage Barista

Panggung belakang ini merupakan ruang di mana individu tidak lagi memainkan peran yang dituntut oleh struktur sosial atau ekspektasi publik, melainkan menampilkan diri mereka yang lebih autentik dan personal. Bagi para barista di Tangkelekopi dan Serotonin Pekanbaru, ruang ini menjadi penting sebagai tempat untuk memulihkan energi, menyeimbangkan kehidupan emosional, serta mengelola identitas diri yang tidak selalu harus disesuaikan dengan tuntutan profesional. Hal ini tercermin dari hasil wawancara bersama informan yang menyatakan bahwa mereka tidak lagi merasa perlu mempertahankan *personal branding* saat berada di luar jam kerja; sebaliknya, mereka memilih untuk menjalani kehidupan dengan cara yang sederhana, tenang, dan sesuai dengan kenyamanan pribadi. Gaya hidup para barista cenderung sederhana dan menyesuaikan dengan ritme kerja yang fleksibel. Mereka menggunakan waktu luang untuk beristirahat, berkumpul bersama keluarga atau teman, serta menjalankan aktivitas santai yang tidak berkaitan langsung dengan pekerjaan. Menariknya, meskipun pekerjaan mereka erat kaitannya dengan kopi, dalam kehidupan sosial di luar kedai, mereka tidak secara aktif mengasosiasikan diri sebagai barista. Misalnya, beberapa informan menyebutkan bahwa mereka jarang memesan kopi ketika bersantai di luar, seolah ingin mengambil jarak dari rutinitas kerja harian. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menjaga keseimbangan psikologis antara tuntutan peran profesional dan kebutuhan akan ruang personal yang lebih otentik. Dari aspek ekonomi, profesi barista dipersepsikan cukup mampu memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari, terutama apabila individu yang menjalaninya memiliki pengelolaan keuangan yang bijak serta gaya hidup yang disesuaikan dengan penghasilan. Pendapatan barista dalam studi ini berada dalam rentang Rp1.500.000 hingga Rp3.500.000 per bulan. Angka tersebut memang belum termasuk dalam kategori tinggi, tetapi dianggap sepadan dengan beban kerja, suasana kerja yang relatif nyaman, dan fleksibilitas waktu yang ditawarkan oleh profesi ini. Beberapa informan bahkan menyatakan bahwa kenyamanan dan suasana kekeluargaan di tempat kerja menjadi alasan utama mereka bertahan, dibanding semata-mata karena alasan finansial.

Selain itu, peran barista sebagai aktor sosial juga berimplikasi pada cara mereka menghadapi tekanan hidup. Meskipun penghasilan mereka tidak selalu besar, sebagian informan mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti makan, tempat tinggal, dan hiburan ringan tanpa mengalami tekanan finansial yang signifikan. Hal ini juga didukung oleh minimnya beban kerja fisik yang berat dan tuntutan emosional yang berlebihan, sehingga profesi barista dapat memberikan ruang yang cukup bagi individu untuk menjalani kehidupan sehari-hari secara lebih manusiawi dan seimbang. Keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi yang dimiliki barista menunjukkan bahwa mereka telah menunjukkan

bagian dari strategi bertahan hidup di tengah gaya hidup perkotaan. Di satu sisi, mereka berperan sebagai aktor yang tampil di panggung depan dengan mengedepankan *personal branding*, namun di sisi lain, mereka juga memerlukan ruang relaksasi, koneksi sosial nonformal, dan pengelolaan waktu secara mandiri. Fenomena ini memperkuat pendapat Goffman bahwa individu secara konstan berpindah peran dan menyesuaikan diri sesuai konteks sosial di mana mereka berada. Dalam hal ini, kehidupan sehari-hari para barista menjadi bukti nyata bahwa pemisahan antara panggung depan dan belakang bukan hanya terjadi dalam ruang pertunjukan sosial, tetapi juga dalam praktik hidup keseharian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa profesi barista tidak hanya memberikan pemenuhan ekonomi, tetapi juga menjadi arena sosial yang memungkinkan terbentuknya strategi identitas, manajemen peran, dan pemeliharaan keseimbangan hidup yang kompleks dan bermakna.

Analisis Teori Dramaturgi

Pada konsep dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman menyebutkan bahwa manusia memiliki panggungnya sendiri. Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial seperti panggung teater yang memungkinkan aktor memainkan berbagai peran di atas panggung, dan memproyeksikan citra diri tertentu kepada audiens. Sebagaimana yang diinginkan oleh sang aktor dengan harapan bahwa audiens yang melihatnya dapat menerima citra diri yang dia tampilkan. Pada hasil penelitian ini, para aktor dalam hal ini barista membangun citra diri untuk menciptakan kesan yang baik kepada konsumen atau pembeli. Teori dramaturgi membagi dua wilayah, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Adapun pada barista, panggung depan yang mereka tampilkan adalah ketika mereka sedang bekerja dan berinteraksi dengan konsumen dengan menampilkan suasana yang ramah kepada konsumen. Hal tersebut merupakan *personal branding* yang dibentuk oleh seorang barista selama bekerja. Sedangkan panggung belakang merupakan kehidupan sehari-hari ketika barista tidak bekerja. Pada panggung depan atau *front stage*, terdapat dua bagian yaitu penampilan dan sikap. Aktor memerlukan penampilan untuk menunjukkan kepada pembeli yang dalam hal ini adalah audiens bahwa mereka adalah seorang barista. Barista menggunakan atribut atau menggunakan pakaian yang sesuai dengan peraturan yang berlaku untuk memberikan kesan profesional kepada audiens.

Selanjutnya, barista juga memberikan sikap yang ramah kepada pembeli yang dalam hal ini adalah audien untuk menunjang pembentukan citra diri yang mereka lakukan. Adapun sikap atau *manner* yang dilakukan oleh barista adalah dengan berkomunikasi dengan pembeli terkait minuman yang akan mereka pesan, dan berisikap murah senyum kepada pembeli. Tidak lupa barista juga memberikan edukasi tentang kopi kepada pembeli yang kebingungan agar meninggalkan kesan interaksi yang baik kepada pembeli. Hal ini dilakukan barista agar mereka dapat meninggalkan kesan yang baik kepada pembeli, dan di kemudian hari pembeli dapat berkunjung kembali karena *service* yang diberikan sangat baik. Dalam mencapai tujuannya tersebut, menurut konsep dramaturgi manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Barista merupakan pekerjaan yang identik dengan kopi dan seringkali disebut sebagai *front line* atau wajah *coffeeshop*. Sehingga pada panggung depan para barista, mereka cenderung memperlihatkan suasana ramah dan berpenampilan menarik kepada pembeli. Pembeli atau pengunjung *coffeeshop* adalah target utama mereka dikarenakan barista adalah profesi yang berhubungan langsung dengan konsumen. Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik merupakan *point plus* bagi seorang barista, karena disaat bekerja tidak jarang seorang barista berhubungan langsung dengan pembeli.

Pada panggung belakang, kehidupan barista cenderung berbeda dengan apa yang mereka tampilkan ketika bekerja. Pada panggung ini, sang aktor akan menjadi diri sendiri ketika tengah tidak bekerja. Back Stage merupakan area privasi aktor dan mereka tidak ingin hal ini terlihat kepada audien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan perilaku aktor yang dalam ini adalah barista saat sedang bekerja dengan ketika tidak bekerja. Pada panggung depan, barista cenderung menampilkan dirinya sebagai pecinta kopi dan orang yang memiliki pengetahuan luas tentang kopi, mudah berinteraksi dengan pembeli, dan selalu berusaha berkomunikasi dengan pembeli. Namun, beberapa informan pada penelitian ini tidak semuanya menampilkan hal yang sama ketika berada di panggung belakang (back stage). Secara gaya hidup, aktor dalam penelitian ini adalah barista memiliki kebiasaan untuk menghabiskan waktu bersama temannya ketika tidak bekerja. Informan pada penelitian ini memiliki hubungan yang baik dengan teman atau keluarganya. Namun salah satu informan barista cenderung sangat aktif ketika berada di back stage, hal ini karena informan memiliki usaha lain untuk menunjang pendapatan yang dia miliki. Dalam Social back stage, aktor yang dalam penelitian ini adalah seorang barista memiliki kehidupan sosial yang terbuka, dimana dalam waktu luang mereka sering meluangkan waktu untuk berkumpul dengan teman-temannya. Ketika berada di back stage aktor juga sering berkunjung ke coffeeshop lain sebagai pembeli, hal ini dilakukan sebagai cara aktor untuk mencari inspirasi dan menambah wawasan tentang kopi. Dalam penelitian ini informan barista cenderung tertutup terkait pekerjaan ketika berada di panggung belakang. Aktor memilih untuk tidak membahas profesinya ketika berada di panggung belakang, hal ini merupakan salah satu cara aktor untuk memisahkan panggung depan yaitu profesi sebagai barista, dan panggung belakang yaitu kehidupan aktor ketika tidak bekerja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik dramaturgi pada profesi barista di Tangkele kopi dan Serotonin Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa profesi barista tidak sekadar pekerjaan penyaji kopi, melainkan juga melibatkan aspek pertunjukan sosial yang kompleks. Pada panggung depan, barista menampilkan perilaku yang ramah, komunikatif, dan informatif sebagai bentuk penciptaan pengalaman positif bagi konsumen. Tindakan ini mencerminkan upaya membangun komunikasi efektif serta membentuk personal branding yang kuat. Penampilan menarik dan kebersihan diri serta area kerja juga menjadi perhatian utama dalam menunjang profesionalitas. Selain itu, penguasaan terhadap pengetahuan seputar kopi dan keterbukaan terhadap inovasi turut memperkuat eksistensi mereka dalam menghadapi tren industri yang terus berkembang. Pada panggung belakang, barista menunjukkan sisi yang lebih personal dan lepas dari tuntutan profesional. Mereka memilih untuk beristirahat, berinteraksi santai, atau mengejar hobi sebagai bentuk pemisahan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi. Fenomena ini memperkuat konsep dramaturgi Erving Goffman, di mana individu menampilkan peran tertentu dalam konteks sosial yang berbeda, tergantung pada posisi mereka—apakah sedang berada di panggung depan atau belakang. Dengan demikian, profesi barista menunjukkan bahwa konstruksi identitas kerja mereka sangat erat kaitannya dengan peran sosial yang dimainkan, baik dalam interaksi langsung dengan konsumen maupun dalam kehidupan sehari-hari di luar ruang kerja.

Secara gaya hidup, aktor dalam penelitian ini adalah barista memiliki kebiasaan untuk menghabiskan waktu bersama temannya ketika tidak bekerja. Informan pada penelitian ini memiliki hubungan yang baik dengan teman atau keluarganya. Namun salah satu informan barista cenderung sangat aktif ketika berada di back stage, hal ini karena informan memiliki usaha lain untuk menunjang pendapatan yang dia miliki. Dalam Social back stage, aktor yang dalam penelitian ini adalah seorang barista memiliki kehidupan sosial yang terbuka, dimana

dalam waktu luang mereka sering meluangkan waktu untuk berkumpul dengan teman-temannya. Ketika berada di back stage aktor juga sering berkunjung ke coffeeshop lain sebagai pembeli, hal ini dilakukan sebagai cara aktor untuk mencari inspirasi dan menambah wawasan tentang kopi. Dalam penelitian ini informan barista cenderung tertutup terkait pekerjaan ketika berada di panggung belakang. Aktor memilih untuk tidak membahas profesinya ketika berada di panggung belakang, hal ini merupakan salah satu cara aktor untuk memisahkan panggung depan yaitu profesi sebagai barista, dan panggung belakang yaitu kehidupan aktor ketika tidak bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan Umkm Di Kota Metro (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 2022.
- Aulia, F., & Susilo, A. (2022). *Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta*. 1(1), 58–73.
- Bangsawan, T. N., & Utami, D. (2017). Dramaturgi Karyawan di Ikatan Pemuda Mandiri Coffee Jombang. *Paradigma*, 05, 1–9.
- Eliansi, N., Lubis, B., Jalil, A., Sosiologi, P. S., Riau, U., & Riau, P. (2024). *Kehidupan Mahasiswa Profesi Barista di Kota Pekanbaru*. 2(2), 1469–1475.
- Gulo, Y. K. (2021). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Calon Barista Dengan Menggunakan Metode DEMATEL Dan WASPAS (Studi Kasus : Coffee Corner Medan)*. 1(5), 210–217.
- Gustiawan, W. D., & Satriyono, G. (2022). *Gaya Hidup Konsumen Coffee Shop Di Wilayah Kota Kediri*. 3(2), 477–487.
- Hidir, A., Malik, R., & Widiarti, D. (2024). Pengantar Sosiologi. *Tri Edukasi Ilmiah, Bukittinggi*.
- Hidir, A., & Malik, R. (2024). *Teori Sosiologi Modern*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Joesyiana, K., Prihastuti, A. H., & Al Sujri, S. (2020). *Analisis Kreatifitas dan Inovasi Pengusaha Coffee Shop Subsektor Penikmat Kopi di Pekanbaru*. 14(12), 3671–3682.
- Muchtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press Group.
- Mukhamad, Yasir, & Sukino. (2022). Dramaturgi Citra Guru Profesional Dalam Ruang Kelas Dan Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 2(1), 75–82.
- Noprinah, J. (2022). Dramaturgi Profesi Barista di Norma Coffee Shop dan Cipadas Coffee Shop Pekanbaru. *Jom. FISIP*, 9(II), 1–12.
- Putri, P. P., & Kusumastuti, R. D. (2022). Citra Diri Profesi Arsitek di Media Sosial TikTok (Studi Kasus terhadap Personal Branding Ariq Naufal pada Akun @ Riqmann). *Jurnal Ilmu Komunikasi Prisani Cendikia Institute*, 1(3), 234–240.
- Raja Sonang, T. R. M. (2022). Dramaturgi Pada Profesi Barista Di Aksan Coffee Pekanbaru. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Ramadhani, Y., & Susanti, R. (2024). Dramaturgi Pengemis Badut Karakter Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Nakula*, 2(1).
- Setyawan, D. F., & Qoni'ah Nur Wijayanti, S.Ikom., M. I. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Barista Coffee Shop Samata Dalam Menciptakan Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Media Akademik*, 2(1), 1150–1161.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT. RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinawi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Triana, D. D., & Sarifah, I. (2023). *Membangun Keunggulan Kompetitif Barista dalam Pelayanan Bisnis Kopi Melalui Pelatihan di BBPLK Bekasi*. 3, 13193–13203.
- Wahdaniah, I., & Maring, P. (2020). *Dramaturgi Profesi Wartawan dalam Realita Kehidupan*. 1(2), 29–37.