

Strategi Komunikasi Bartender Club Bar Camden Dalam Membangun Interaksi Antar Pengunjung

¹Jennifer Patricia Moensaku, ²Novan Andrianto, ³Widiyatno Ekoputro

^{1,2,3} Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945

Jenniferpatricia042@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi komunikasi yang diterapkan oleh bartender di Club Bar Camden Surabaya dalam membangun interaksi antar pengunjung. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya komunikasi interpersonal di ruang hiburan malam sebagai medium sosial lintas budaya. Camden, sebagai salah satu bar populer di Surabaya, menawarkan ruang interaksi yang tidak hanya terbatas pada penyajian minuman, tetapi juga interaksi sosial yang intens antara bartender dan pengunjung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh bartender dalam menciptakan suasana interaktif dan inklusif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah Interaksi Simbolik dan AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman mengenai bagaimana bartender mampu menjadi fasilitator komunikasi antar pengunjung melalui strategi yang terencana, empatik, dan aktif, serta mengungkap peran mereka sebagai agen sosial dalam membentuk dinamika interaksi di ruang hiburan malam. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal dalam konteks hiburan urban.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Bartender, Club Bar Camden

Abstract: This study examines the communication strategies employed by bartenders at Club Bar Camden Surabaya to foster interactions between patrons. The background of this research is the importance of interpersonal communication in nightclubs as a cross-cultural social medium. Camden, as one of Surabaya's popular bars, offers an interactive space that extends beyond serving drinks to engaging with intense social interactions between bartenders and patrons. The purpose of this study is to describe the communication strategies employed by bartenders to create an interactive and inclusive atmosphere. The study employed a descriptive qualitative approach, with data collection methods consisting of in-depth interviews, observation, and documentation. The theories used are Symbolic Interaction and AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). The results are expected to provide an understanding of how bartenders facilitate communication between patrons through planned, empathetic, and active strategies, as well as to reveal their role as social agents in shaping the dynamics of interactions in nightclubs. This research is expected to contribute to the development of communication studies, particularly interpersonal communication in the context of urban entertainment.

Keywords: Communication strategies, Bartenders, Club Bar Camden

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia dalam kehidupan sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup sendiri dan senantiasa membutuhkan interaksi dengan individu lain untuk saling bertukar informasi, gagasan, dan perasaan. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi sarana utama dalam membangun hubungan interpersonal, menciptakan pemahaman bersama, dan membentuk jaringan sosial. Seiring perkembangan zaman, bentuk dan ruang komunikasi pun turut mengalami transformasi. Tidak hanya terbatas pada lingkungan keluarga, sekolah, atau pekerjaan, komunikasi juga terjadi di ruang-ruang publik dan hiburan, seperti klub malam dan bar.

Perkembangan industri hiburan malam di kota-kota besar seperti Surabaya mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin terbuka terhadap budaya global. Tempat hiburan seperti club bar tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati musik dan minuman, melainkan juga menjadi ruang sosial yang dinamis, tempat interaksi dan pertukaran makna antar individu dari berbagai latar belakang budaya dan sosial. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal menjadi elemen penting yang menentukan kualitas pengalaman sosial pengunjung.

Salah satu ruang hiburan malam yang menonjol di Surabaya adalah Club Bar Camden. Berdiri sejak tahun 2018, Camden telah berhasil membangun citra sebagai tempat yang inklusif, terbuka, dan modern, yang menarik minat generasi muda untuk bersosialisasi dan berekspresi. Camden bukan sekadar tempat berkumpul, tetapi telah menjadi simbol interaksi sosial urban yang mengaburkan batas-batas sosial konvensional. Dalam

atmosfer tersebut, keberadaan bartender tidak hanya sebagai penyaji minuman, melainkan juga sebagai aktor sosial yang memainkan peran strategis dalam membentuk dinamika komunikasi antar pengunjung.

Bartender memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan suasana yang nyaman dan interaktif. Kemampuan mereka untuk menjalin percakapan, membaca situasi, menggunakan simbol komunikasi non-verbal, serta memberikan perhatian secara personal kepada setiap pengunjung, menjadikan mereka sebagai fasilitator komunikasi di ruang hiburan tersebut. Dengan kata lain, bartender menjadi mediator yang mampu menjembatani hubungan antar pengunjung dan membentuk iklim komunikasi yang positif. Strategi komunikasi yang mereka terapkan tidak terjadi secara spontan, tetapi merupakan hasil dari pengalaman, pelatihan, dan pemahaman terhadap dinamika sosial yang ada di dalam bar.

Namun demikian, sejauh ini masih minim penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi interpersonal dalam konteks club bar. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti strategi komunikasi dalam konteks organisasi, pemasaran, media sosial, atau layanan pelanggan secara umum. Padahal, club bar menyajikan ruang yang unik karena menggabungkan unsur hiburan, ekspresi sosial, dan keberagaman budaya dalam satu lingkungan yang dinamis dan intens. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan oleh bartender di Club Bar Camden dalam membangun interaksi antar pengunjung.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada dua teori utama yaitu Teori Interaksi Simbolik dari George Herbert Mead dan Model Strategi Komunikasi AIDDA dari Effendy. Teori Interaksi Simbolik menekankan bahwa komunikasi manusia berlangsung melalui simbol dan interpretasi makna dari simbol-simbol tersebut. Simbol-simbol dalam interaksi sosial, seperti gestur, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan pilihan kata, membentuk makna dan memengaruhi cara individu berperilaku dan merespons lingkungan sosial. Dalam konteks bartender dan pengunjung, penggunaan simbol ini menjadi penting dalam menciptakan hubungan yang bermakna dan membangun kepercayaan.

Penelitian terdahulu yang relevan antara lain dilakukan oleh Nurrachmah (2024) yang menekankan pentingnya strategi komunikasi interpersonal yang terbuka dan empatik dalam membangun hubungan. Pratama & Sugandi (2022) menggunakan model AIDDA untuk mengkaji strategi komunikasi dalam komunitas sosial, meski menghadapi sejumlah hambatan dalam pelaksanaannya. Sementara itu, penelitian oleh Afizuren et al. (2023) menyoroti peran komunikasi verbal dalam membangun hubungan antara barista dan pelanggan di kedai kopi. Meski konteksnya berbeda, namun penelitian-penelitian ini memberikan fondasi yang penting dalam memahami dinamika komunikasi interpersonal dalam layanan publik. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik menelaah bagaimana strategi komunikasi digunakan oleh bartender di ruang hiburan malam, dalam konteks lintas budaya dan sosial seperti Camden.

Secara ilmiah, penelitian ini memperkaya literatur ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal dan komunikasi lintas budaya. Selain itu, secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku industri hiburan malam dalam membentuk pelayanan yang humanis, responsif, dan strategis melalui pelatihan komunikasi interpersonal bagi para bartender. Oleh karena itu, studi ini bukan hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga manfaat praktis bagi pengembangan industri hiburan yang lebih inklusif dan komunikatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh bartender di Club Bar Camden Surabaya dalam membangun interaksi sosial antar pengunjung, berdasarkan pendekatan teori AIDDA dan Interaksi Simbolik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial, dalam hal ini strategi komunikasi yang digunakan bartender dalam membangun interaksi antar pengunjung di Club Bar Camden. Menurut Sugiyono (2015), pendekatan kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, di mana peneliti merupakan instrumen kunci. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelaah interaksi, simbol, dan makna secara langsung dalam konteks kehidupan sosial yang alami. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara rinci mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh bartender di Camden.

Metode ini memungkinkan peneliti menggali realitas sosial dari sudut pandang subjek penelitian melalui deskripsi verbal dan interpretatif terhadap data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari tiga bartender Camden: Rizky Akbar (Head Bar), Bennardo Clinton Purba, dan Shena Sebastian, serta beberapa pengunjung tetap Camden berusia 21–25 tahun yang memiliki membership. Mereka dipilih secara purposive karena dianggap memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam dinamika komunikasi di bar. Objek penelitian adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh bartender dalam membangun interaksi antar pengunjung di Club Bar Camden Surabaya. Data Primer: Data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap bartender dan pengunjung Camden. Data Sekunder: Informasi yang berasal dari literatur, jurnal ilmiah, buku, artikel, serta dokumen-dokumen lain yang relevan dengan teori, konsep, dan kajian terdahulu.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh bartender di Club Bar Camden memainkan peran sentral dalam membangun interaksi antar pengunjung. Melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa para bartender mengimplementasikan berbagai teknik komunikasi verbal dan non-verbal yang disesuaikan dengan karakteristik pengunjung dan suasana ruang hiburan. Bartender menyapa pengunjung dengan bahasa yang santai namun sopan, menggunakan pendekatan yang disesuaikan dengan latar belakang dan karakter tamu. Mereka menggunakan kode-kode komunikasi informal seperti humor ringan, panggilan personal, dan basa-basi sebagai pembuka untuk mencairkan suasana.

Strategi komunikasi mengikuti tahap-tahap Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action:

Attention: Membangkitkan perhatian pengunjung melalui sapaan langsung, kontak mata, dan senyuman.

Interest: Membangun ketertarikan dengan percakapan ringan seputar minuman, musik, atau suasana club.

Desire: Menciptakan kedekatan emosional dengan menyampaikan empati, membaca bahasa tubuh, dan menawarkan rekomendasi minuman sesuai selera.

Decision: Mendorong keputusan pengunjung untuk menetap, memesan lebih banyak, atau mengajak teman.

Action: Mewujudkan tindakan seperti memberikan tip, menjalin komunikasi berulang, atau menjadi member tetap Camden.

Bartender menggunakan gestur ramah seperti senyuman, acungan jempol, atau anggukan sebagai bentuk simbol sosial. Ini menciptakan rasa diterima dan nyaman bagi pengunjung. Bahasa tubuh juga menjadi alat untuk membaca suasana hati tamu. Bartender sering kali menjadi perantara perkenalan antar pengunjung. Dengan memahami karakteristik pelanggan, mereka mendorong interaksi antar individu yang mungkin belum saling mengenal. Ini membuat Camden menjadi ruang sosial terbuka dan inklusif. Dalam situasi perselisihan atau ketegangan, bartender menggunakan pendekatan persuasif dan netral. Mereka menjaga suasana tetap kondusif dengan menenangkan pengunjung dan memediasi perbedaan secara tenang. Tata letak bar yang terbuka memungkinkan bartender memantau interaksi. Mereka mengatur waktu respons dan pelayanan secara efisien agar tidak mengganggu alur komunikasi yang sudah terbangun. Berdasarkan wawancara dengan pengunjung tetap Camden, mereka merasa nyaman karena interaksi tidak bersifat formal, tetapi bersahabat. Bartender dianggap sebagai sosok yang menyenangkan, profesional, dan mampu membuat mereka merasa “dikenal secara personal”.

Berdasarkan teori AIDDA, strategi komunikasi yang diterapkan oleh bartender Camden sesuai dengan urutan logis komunikasi persuasif. Setiap tahap dijalankan dengan metode yang fleksibel dan kontekstual, menyesuaikan dengan kondisi pengunjung dan suasana. Hal ini menunjukkan bahwa para bartender tidak hanya bertindak sebagai pelayan teknis, tetapi juga komunikator aktif yang memiliki tujuan membentuk loyalitas dan keintiman sosial. Sementara dalam perspektif Teori Interaksi Simbolik (George H. Mead), ditemukan bahwa interaksi yang terjadi antara bartender dan pengunjung bukan sekadar pertukaran pesan, melainkan proses pembentukan makna melalui simbol. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, sapaan, dan bahkan gaya minum tertentu menjadi simbol sosial yang ditafsirkan secara kolektif dalam ruang sosial Camden. Bartender berperan dalam proses “definition of the situation” — yaitu memberikan makna terhadap situasi sosial melalui tindakan komunikatif yang disesuaikan dengan respons pengunjung.

Bartender memosisikan diri sebagai mediator yang mampu menciptakan kenyamanan dan keterbukaan. Dalam hal ini, mereka menjadi agen sosial yang membantu membentuk sense of belonging pengunjung terhadap lingkungan club. Hal ini selaras dengan temuan Sutanto (2022) bahwa Camden menjadi ruang sosial inklusif tempat batas-batas sosial dan budaya menjadi cair. Lebih dari itu, strategi komunikasi yang dilakukan bartender memiliki nilai humanistik, yaitu memperlakukan setiap pengunjung sebagai individu yang unik dan layak dihargai. Pendekatan ini menunjukkan adanya komunikasi empatik dan bukan sekadar fungsional. Strategi ini juga meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat citra Camden sebagai ruang hiburan yang ramah dan profesional. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang

dilakukan oleh bartender memiliki efek yang signifikan dalam membangun relasi sosial, menciptakan loyalitas, dan memperkuat identitas sosial Camden di tengah kehidupan malam kota Surabaya. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian dan memperkuat pentingnya strategi komunikasi dalam konteks hiburan malam yang kompleks dan dinamis.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi bartender di Club Bar Camden Surabaya dalam membangun interaksi antar pengunjung dilakukan secara aktif, terencana, dan adaptif. Bartender tidak hanya menjalankan peran sebagai penyaji minuman, melainkan juga sebagai fasilitator komunikasi dan agen sosial yang mampu membentuk dinamika interaksi di ruang hiburan malam. Strategi komunikasi yang diterapkan selaras dengan tahapan teori AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Bartender memulai interaksi dengan membangun perhatian dan ketertarikan melalui sapaan ramah, bahasa tubuh terbuka, dan percakapan ringan. Tahap keinginan dan keputusan dilakukan dengan membangun kepercayaan dan kedekatan emosional melalui komunikasi yang personal dan empatik. Tahap tindakan tercermin dari keterlibatan pengunjung yang semakin aktif dalam interaksi sosial dan loyal terhadap Camden.

Dari perspektif teori interaksi simbolik, ditemukan bahwa bartender menggunakan simbol-simbol sosial seperti senyum, gestur, sapaan, dan penyesuaian nada suara untuk menciptakan makna dalam hubungan sosial. Interaksi yang terjadi di antara bartender dan pengunjung bukanlah komunikasi satu arah, melainkan proses pembentukan makna secara timbal balik yang menghasilkan rasa keterhubungan dan kenyamanan. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa peran bartender dalam mengelola suasana dan memediasi interaksi antar pengunjung sangat penting dalam menciptakan ruang sosial yang inklusif. Mereka mampu menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai dengan karakteristik pengunjung, bahkan memfasilitasi hubungan antar individu yang belum saling mengenal. Dengan demikian, strategi komunikasi bartender di Camden tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga memiliki nilai sosial dan kultural yang signifikan dalam konteks hiburan malam urban.

Daftar Pustaka

- Afifzuren, A., Ramadhan, T. H., & Nurhadi, F. (2023). *Strategi komunikasi verbal barista dalam membangun relasi pelanggan di kedai kopi urban*. Jurnal Komunikasi dan Media, 11(2), 88–99.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nurrachmah, R. (2024). *Komunikasi interpersonal dalam pelayanan publik: pendekatan empatik dan keterbukaan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1), 55–67.
- Pratama, Y., & Sugandi, R. (2022). *Penggunaan model AIDDA dalam komunikasi komunitas sosial: Studi kasus komunitas literasi remaja*. Jurnal Komunikasi Sosial, 7(3), 112–123.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, A. (2022). *Interaksi sosial dan inklusivitas ruang hiburan malam: Studi fenomenologis pada komunitas Camden Surabaya*. Jurnal Komunikasi Urban, 9(1), 33–44.