https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No.02, Hal:458 – 463

KOMUNIKASI INKLUSIF BARISTA TUNARUNGU DENGAN PELANGGAN NON DISABILITAS DI KAFE CROWN PRINCE SURABAYA

[1]Zadid Taqwim, [2]A.A.I. Prihandari Satvikadewi, [3]Widiyatmo Ekoputro
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
zadidtaqwim1@gmail.com

Abstrak
Pertumbuhan kafe inklusif di Indonesia memunculkan fenomena baru dalam praktik komunikasi layanan publik, khususnya ketika barista tunarungu ditempatkan sebagai frontliner yang berinteraksi langsung dengan pelanggan non-disabilitas. Penelitian ini berfokus pada proses komunikasi inklusif antara barista tunarungu dan pelanggan non-disabilitas di Kafe Kopi Tutur Rasa cabang Crown Prince Hotel Surabaya, yang beroperasi di lingkungan hotel berbintang dengan segmentasi pelanggan yang heterogen. Kondisi ini menciptakan dinamika komunikasi yang kompleks karena pelanggan tidak selalu datang dengan kesiapan berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus mengacu pada Moleong (2019). Data diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Analisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), dengan Teori Coordinated Management of Meaning (CMM) Pearce dan Cronen sebagai landasan teoritis serta lensa TOPOI sebagai alat bantu analisis komunikasi inklusif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana makna dikoordinasikan, hambatan komunikasi yang muncul, serta bagaimana komunikasi inklusif terwujud dalam interaksi layanan antara kedua pihak.
Kata kunci: Komuniasi Inklusif, barista tunarungu, Coordinated Management of Meaning, kafe inklusif, komunikasi nonverbal

Abstract
The rapid growth of inclusive cafés in Indonesia has introduced a new phenomenon in public service communication, particularly when deaf baristas are placed as frontliners interacting directly with non-disabled customers. This study focuses on the process of inclusive communication between deaf baristas and non-disabled customers at Kopi Tutur Rasa Café, Crown Prince Hotel Surabaya branch, which operates within a star-rated hotel environment with a heterogeneous customer base. This context creates complex communication dynamics, as customers do not always arrive prepared to communicate using sign language. The study employs a descriptive qualitative approach using a case study method Moleong (2019). Data were collected through semi-structured in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. Analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña (2014), with Pearce and Cronen's Coordinated Management of Meaning (CMM) theory as the theoretical framework and the TOPOI lens as an analytical tool for inclusive communication. This study aims to describe how meaning is coordinated, what communication barriers emerge, and how inclusive communication manifests in service interactions between both parties.
Keyword: *inclusive communication, deaf barista, Coordinated Management of Meaning, inclusive café, nonverbal communication*

Pendahuluan

Tunarungu merupakan kondisi seseorang yang mengalami gangguan pada indera pendengaran sehingga tidak dapat menangkap suara atau rangsangan melalui pendengaran (Suharmini, 2009). Keterbatasan ini sering menimbulkan hambatan dalam kehidupan sosial, terutama pada lingkungan kerja yang menuntut interaksi komunikasi secara intensif. Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 mencatat prevalensi disabilitas pendengaran pada penduduk usia satu tahun ke atas sebesar 0,4%. Kementerian Kesehatan RI (2025) juga menyoroti masih kuatnya stigma sosial dan keterbatasan akses komunikasi yang berdampak pada rendahnya keterlibatan penyandang tunarungu di ruang publik maupun dunia kerja. (Jannah & Gumelar, 2024) menjelaskan bahwa kondisi tersebut sering membuat penyandang tunarungu merasa kurang percaya diri dalam berinteraksi sosial. Namun, (Prasetyo et al., 2022) menemukan bahwa komunikasi yang bermakna tetap dapat terjalin apabila didukung keterbukaan, empati, dan sikap saling memahami.

Di sisi lain, industri food and beverage (F&B) di Indonesia terus berkembang pesat. Data (CNA, 2026) menunjukkan Indonesia memiliki 461.991 titik lokasi kafe, menjadikannya negara dengan jumlah kafe terbanyak di dunia. Pertumbuhan ini mendorong munculnya berbagai konsep usaha, termasuk kafe inklusif yang melibatkan penyandang disabilitas sebagai tenaga layanan. Beberapa contoh di Indonesia antara lain Sunyi House of Coffee and Hope Jakarta (Inayah, 2023), Difabis Cafe and Tea (Utoyo et al., 2023), Deaf Cafe Fingertalk (Dewi et al., 2021), serta ONNI House Surabaya yang melibatkan penyandang Down Syndrome dalam pelayanannya (Dwikananda et al., 2024).

Salah satu kafe inklusif di Surabaya adalah Kopi Tutur Rasa yang berada di bawah program Midtown Connect. Kafe ini menempatkan barista tunarungu sebagai frontliner yang berinteraksi langsung dengan pelanggan non-disabilitas. Dalam proses pelayanan, komunikasi dilakukan melalui bahasa isyarat, tulisan, gestur, ekspresi wajah, dan berbagai media visual lainnya. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena pelanggan umumnya lebih terbiasa menggunakan komunikasi verbal sehingga berpotensi menimbulkan tantangan dalam proses pertukaran makna.

Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi inklusif yang menekankan kesetaraan akses dan partisipasi setiap individu dalam proses komunikasi (Celia & Pasaribu, 2025; Lukika & Tondok, 2022). Untuk memahami proses interaksi tersebut, penelitian ini menggunakan teori Coordinated Management of Meaning (CMM) dari Pearce dan Cronen yang memandang komunikasi sebagai proses pembentukan makna bersama melalui koordinasi pengalaman dan konteks sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada konteks lokasi penelitian. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan pada kafe yang secara eksplisit dikenal sebagai kafe inklusif, Kopi Tutur Rasa beroperasi di lingkungan hotel berbintang dengan pelanggan yang beragam dan tidak selalu memiliki kesiapan berinteraksi dengan penyandang tunarungu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan proses komunikasi inklusif antara barista tunarungu dan pelanggan non-disabilitas di Kafe Kopi Tutur Rasa Crown Prince Hotel Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan memahami secara mendalam proses komunikasi yang berlangsung antara barista tunarungu dan pelanggan non-disabilitas dalam situasi pelayanan nyata (Moleong, 2019). Metode studi kasus digunakan karena fenomena yang diteliti terikat oleh lokasi, pelaku, dan aktivitas tertentu, yaitu interaksi layanan di Kafe Kopi Tutur Rasa cabang Crown Prince Hotel Surabaya (Moleong, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara: wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap tiga kategori informan: (1) satu barista tunarungu yang aktif bertugas selama periode penelitian, diwawancarai secara tatap muka langsung; (2) pelanggan non-disabilitas yang pernah berinteraksi langsung dengan barista tunarungu, diwawancarai secara tatap muka; dan (3) pihak Public Relations Kafe Kopi Tutur Rasa Surabaya, diwawancarai melalui panggilan telepon WhatsApp yang selanjutnya ditranskripkan oleh peneliti. Observasi nonpartisipan dilakukan untuk mengamati secara langsung proses interaksi pelayanan meliputi penggunaan bahasa isyarat, gestur, ekspresi wajah, tulisan, dan media visual. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto lokasi, menu, kamus bahasa isyarat, dan catatan lapangan.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang mencakup tiga tahap: kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses interpretasi menggunakan Teori CMM sebagai landasan teoritis dan lensa TOPOI sebagai alat bantu analisis komunikasi inklusif. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari barista tunarungu, pelanggan non-disabilitas, pengelola kafe, serta hasil observasi lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan analisis dokumentasi, proses komunikasi di Kopi Tutur Rasa Cabang Crown Prince berlangsung dalam tiga tahap yang saling berkesinambungan: pembukaan, inti pemesanan, dan penutup. Pada tahap pembukaan, barista selalu mengambil inisiatif dengan menyapa menggunakan bahasa isyarat sekaligus menyodorkan handphone bertuliskan identitasnya sebagai penyandang tunarungu. Kak Akhdan menyatakan bahwa barista "sudah nyodorin HP ke saya duluan dengan bertulisan saya tunarungu," sehingga pelanggan dapat langsung menyesuaikan cara komunikasinya. Tahap inti pemesanan berlangsung sepenuhnya secara nonverbal melalui kombinasi penunjukan menu, pengetikan di handphone, serta gestur intuitif seperti menggigil untuk minuman dingin dan mengipas wajah untuk minuman panas, yang terbukti mudah dipahami meski tanpa pengetahuan bahasa isyarat sebelumnya. Barista juga menerapkan konfirmasi ganda atas setiap pesanan untuk meminimalkan miskomunikasi. Tahap penutup ditandai dengan gestur "terima kasih" yang dilakukan barista secara konsisten, momen yang secara spontan disebut beberapa pelanggan sebagai yang paling berkesan sepanjang kunjungan.

Koherensi: Pembentukan Makna Bersama yang Bertahap

Koherensi dalam CMM merujuk pada upaya membuat interaksi terasa masuk akal bagi semua pihak melalui hierarki makna dari level content hingga cultural patterns serta model LUUUTT (CMM Institute, 2025). Hampir seluruh pelanggan baru datang dengan Unknown Stories akibat ketidaktahuan tentang kondisi barista. Kak Akhdan mengungkapkan sempat bingung karena tidak ada respons verbal dari barista, namun kesenjangan ini tidak berkembang menjadi kegagalan komunikasi. Tindakan barista menyodorkan handphone berfungsi sebagai Story Telling yang mentransformasi Unknown Stories menjadi pengetahuan bersama secara eksplisit, sejalan dengan prinsip aksesibilitas dalam komunikasi inklusif (Celia & Pasaribu, 2025; Lukika & Tondok, 2022). Perbedaan koherensi juga tampak nyata antara pelanggan baru dan lama: pelanggan lama seperti Kak Faiz sudah membangun sistem makna bersama yang lebih kaya sehingga barista hafal pesanannya tanpa perlu penjelasan ulang. Pada level cultural patterns, media sosial terbukti berperan sebagai medium pra-komunikasi yang membangun life scripts pelanggan sebelum interaksi pertama terjadi, sehingga memperpendek lapisan Unknown Stories dan mempercepat pembentukan koherensi, sejalan dengan temuan Zahra, (2023) bahwa strategi komunikasi inklusif berdampak sosial melampaui konteks layanan langsung.

Koordinasi: Penyesuaian Tindakan Melalui Ekosistem Nonverbal

Koordinasi dalam CMM berkaitan dengan bagaimana pelaku komunikasi menyesuaikan tindakan agar interaksi tetap berlangsung sebagai proses joint action (CMM Institute, 2025). Dalam kerangka Model TOPOI, dimensi Tongue dan Organisation bekerja bersamaan melalui ekosistem media yang tersedia: buku menu bergambar, standing display, handphone barista, dan pin bertuliskan "Kami Teman Tuli". Barista berposisi sebagai agen aktif yang menentukan arah koordinasi, bukan pihak pasif. Kak Dandi menyatakan langsung menyodorkan handphone ketika melihat pelanggan tampak bingung agar tidak ada kebingungan yang berlarut-larut. Prinsip utama yang ditekankan manajemen ialah bahwa pihak yang harus menyesuaikan diri adalah pelanggan non-disabilitas, bukan barista tunarungu (Pak Theo). CMM mengenal Unwanted Repetitive Patterns (URP) sebagai pola berulang yang merugikan. Temuan penelitian menunjukkan tingkat miskomunikasi relatif rendah karena sistem konfirmasi berlapis yang diterapkan barista secara efektif mencegah terbentuknya URP. Fleksibilitas koordinasi bahkan melampaui konteks pemesanan, seperti ketika barista berhasil mengarahkan tamu yang menanyakan letak toilet hanya melalui kemampuan membaca bibir dan gestur, yang justru mengejutkan sekaligus menyenangkan tamu tersebut.

Misteri: Ketidakpastian sebagai Daya Tarik

Misteri dalam CMM menunjukkan bahwa tidak semua pengalaman komunikasi dapat dijelaskan secara utuh karena selalu ada unsur kejutan yang tidak dapat direncanakan (CMM Institute, 2025). Dimensi ini justru menjadi faktor paling menentukan kedalaman pengalaman pelanggan. Gestur "terima kasih" barista di akhir pemesanan menjadi momen yang paling berkesan. Kak Wafi mengungkapkan: "Saya tidak tahu persis artinya apa, tapi dari ekspresi wajahnya itu seperti mengucapkan terima kasih atau sampai jumpa. Itu di luar ekspektasi saya. Justru itu yang bikin berkesan." Dimensi Intentions dalam TOPOI relevan di sini karena maksud barista untuk menjaga keutuhan interaksi hingga penutup berhasil tersampaikan meski melalui simbol yang belum sepenuhnya dikenali pelanggan. Misteri juga mendorong

keterlibatan lebih dalam: Kak Fikri menyatakan bahwa belum sepenuhnya memahami bahasa isyarat barista justru menjadi tantangan yang memotivasinya untuk terus belajar. Dalam model LUUUTT, Stories Told yang dibagikan pelanggan kepada orang sekitar memperkuat penyebaran narasi inklusif secara organik, sebagaimana dikonfirmasi Kak Faiz bahwa yang ia ceritakan kepada teman-temannya bukan hanya kualitas kopi, melainkan pengalaman unik berinteraksi dengan barista tunarungu.

Ketiga dimensi CMM saling menopang: koherensi memungkinkan makna terbentuk secara bertahap melalui lapisan LUUUTT, koordinasi memastikan interaksi tetap berjalan melalui ekosistem nonverbal yang adaptif, dan misteri menciptakan nilai pengalaman yang melampaui transaksi kopi. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keberhasilan komunikasi inklusif di Kopi Tutur Rasa ditentukan oleh kesediaan semua pihak untuk saling menyesuaikan dan menghargai, sebagaimana ditekankan (Prasetyo et al., 2022) bahwa keterbatasan pendengaran tidak menghalangi komunikasi bermakna apabila ditopang oleh keterbukaan dan empati.

Penutup

Penelitian ini menjawab pertanyaan tentang bagaimana proses komunikasi antara barista tunarungu dengan pelanggan non-disabilitas di Kafe Kopi Tutur Rasa Cabang Crown Prince Hotel Surabaya berlangsung. Berdasarkan wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan analisis dokumentasi melalui Teori CMM Pearce dan Cronen, ditemukan bahwa komunikasi yang terjadi bukan sekadar pertukaran pesan, melainkan proses pembentukan makna bersama yang terus berkembang setiap kali interaksi berlangsung melalui tiga tahap: pembukaan, inti pemesanan, dan penutup.

Dari dimensi koherensi, makna bersama dibangun secara bertahap melalui hierarki makna CMM dan model LUUUTT, dimulai dari Unknown Stories pada pertemuan pertama hingga Told Stories yang disebarkan secara organik ke lingkungan sosial pelanggan. Dari dimensi koordinasi, ekosistem media nonverbal yang tersedia bekerja dalam kerangka TOPOI, dan mekanisme konfirmasi berlapis barista terbukti efektif mencegah terbentuknya URP sehingga miskomunikasi dapat diselesaikan secara cepat. Dari dimensi misteri, ketidaklengkapan pemahaman pelanggan atas bahasa isyarat tidak berfungsi sebagai hambatan, melainkan justru menjadi daya tarik yang mendorong keingintahuan dan loyalitas. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa Teori CMM mampu memberikan kerangka analitis yang komprehensif untuk membaca komunikasi inklusif di ruang layanan publik.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan membandingkan beberapa kafe inklusif di kota berbeda guna melihat variasi pola komunikasi berdasarkan konteks sosial dan budaya lokal. Bagi pengelola Kafe Kopi Tutur Rasa, mekanisme konfirmasi berlapis yang sudah terbukti efektif perlu didokumentasikan sebagai standar operasional prosedur agar dapat direplikasi di seluruh cabang, serta memanfaatkan media sosial secara lebih terencana melalui konten edukatif tentang cara berkomunikasi dengan barista tunarungu. Bagi masyarakat umum, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi bermakna dengan penyandang tunarungu tidak membutuhkan keahlian bahasa

isyarat yang mendalam, melainkan cukup dengan keterbukaan dan kesediaan untuk saling menyesuaikan cara berkomunikasi.

Daftar Pustaka

Anwar, F. K. N. (2025). Pengaruh social media advertising, fomo, dan environment cafe terhadap impulse buying: Studi pada pelanggan Tomoro Coffee di Kota Malang. http://etheses.uin-malang.ac.id/80260/

Celia, & Pasaribu, T. G. (2025). Komunikasi Inklusif Barista Penyandang Disabilitas dengan Pelanggan Non-Disabilitas [Thesis (Bachelor Thesis)]. CMM Institute. (2025). Basic concepts and models of CMM. https://cmminstitute.org/basic-models-and-concepts-of-cmm/

CNA. (2026). Jumlah coffee shop Indonesia terbanyak di dunia, kalahkan AS dan China. https://www.cna.id/indonesia/indonesia-nomor-satu-coffee-shop-warung-kopi-warkop-kedai-kopi-461991-lokasi-43116

Dewi, Ni. K., Komariah, N. S., & Suminar, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Penyandang Tunarungu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deaf Cafe Finger Talk. Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis), 6(2). https://doi.org/https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.223

Inayah, G. (2023). Strategi Komunikasi Inklusi Sunyi House of Coffee and Hope. https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6439/1/PENDAHULUAN.pdf

Jannah, F., & Gumelar, R. G. (2024). Teknik Komunikasi Barista Tunarungu dengan Konsumen (Studi Kasus Sunyi Coffee). Perspektif Komunikasi, 8(1). https://doi.org/10.24853/pk.8.1.57-66

Kemenkes. (2025). Kemenkes Ajak Masyarakat Peduli Kesehatan Pendengaran. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. https://kemkes.go.id/id/kemenkes-ajak-masyarakat-peduli-kesehatan-pendengaran

Lukika, O., & Tondok, M. S. (2022). Empati dan Prasangka terhadap Penyandang Disabilitas. Keluwih: Jurnal Sosial Dan Humaniora, 3(2), 68–75. https://doi.org/10.24123/soshum.v3i2.5350

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Prasetyo, A. W., Sumarah, N., & Kusumaningrum, H. (2022). DIALEKTIKA RELASIONAL PADA PASANGAN DISABILITAS DI KECAMATAN TAMBAKSARI KOTA SURABAYA. 02(03), 54–64. https://doi.org/https://doi.org/10.69957/relasi.v3i02.463

Suharmini, T. (2009). Psikologi Anak Berkebutuhan Khusus. Kanwa Publisher.

Utoyo, G. N. P. M., Mustofa, K. A., & Yuliana, L. (2023). 834KUALITAS PELAYANAN DIFABIS COFFE & TEA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. Cahaya Mandalika, 4(2). https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jcm.v4i2.1994