

## ABSTRAK

Klinik Kopi merupakan kedai kopi di Yogyakarta yang hanya menyajikan minuman kopi arabika murni. Klinik Kopi sejak awal bertujuan ingin mengedukasi dan berbagi pengalaman kepada para pelanggannya tentang kopi *single origin* dari berbagai penjuru nusantara. Bisnis yang sudah dimulai sejak tahun 2013 secara konsisten mengedukasi para pelanggan tentang bagaimana meminum kopi secara benar dan berbagi cerita mengenai kopi yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi Klinik Kopi dalam mengedukasi kopi *single origin* Indonesia kepada pelanggan serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam proses kegiatan edukasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori *Communication Competence* dan teori Instruksional. Dari hasil penelitian memperlihatkan pola komunikasi yang digunakan oleh barista Klinik Kopi merupakan pola komunikasi sirkular. Proses komunikasi berlangsung secara tatap muka dan adanya timbal balik antara barista dengan pelanggan. Pola komunikasi yang dilakukan bersifat instruksi yang edukatif. Barista dalam melakukan instruksi menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal. Edukasi yang disampaikan oleh barista difokuskan pada pemberian makna mengenai kopi *single origin* Indonesia melalui nilai, informasi, dan pengetahuan. Tiga unsur tersebut ditransmisikan lewat pesan-pesan yang disampaikan kepada pelanggan. Dari proses komunikasi barista dengan pelanggan ada faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukungnya adalah adanya pendekatan yang dilakukan oleh barista dalam menyampaikan informasi edukasi melalui bercerita atau *story telling*, sedangkan faktor penghambatnya adalah barista tidak menerapkan tahapan evaluasi dalam aktivitas edukasi yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Kopi *Single Origin*

## ABSTRACT

*Klinik Kopi is a coffee shop in Yogyakarta which only serves an unspoiled arabican coffee based beverages. Klinik Kopi had a mission to share the experience and educate their customers about single-origin coffee from the country in nusantara. They started the bussiness in 2013 and had consistently educated their customers as to how to drink coffee properly and shared stories about their well-served coffees. This study aimed to determine Klinik Kopi's communication patterns on educating their customers about Indonesian single-origin coffee and also to determine both supporting and opponent factors during the process occured. This study employed qualitative-descriptive methodology while communication competence theory and instructional theory were also applied. The result of this study showed that circular communication patterns was used by the barista at Klinik Kopi. The process of communication was a two-way process. The communication patterns tend to be educatively instructive. The barista used both verbal and nonverbal communication on giving the instruction. The education by barista mainly focused on the Indonesian single-origin coffee meaning through value, information, and knowledge. These components then transmitted through messages delivered to customers. These were also supporting and opponent factors during the process of communication between the barista and the customers. Story telling approach when educating the customers by the barista is supporting factor, while the opponent factor is due to the unused evaluating stage by barista on the education effort that had been done.*

*Keywords: Communication patterns, Interpersonal communication, Indonesian single-origin coffee`*