

**KOMUNIKASI PERSUASIF BARISTA TADASIH KOPI KEPADA
PENGUNJUNG: PERSPEKTIF *ELABORATION LIKELIHOOD MODEL*
(ELM) DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGUNJUNG**

Oleh: RizqullahMuladi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh barista di Tadasih Kopi dalam upaya mempengaruhi keputusan pengunjung. Penelitian ini menggunakan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai kerangka teoritis untuk memahami bagaimana pesan persuasif disampaikan dan diterima oleh pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista di Tadasih Kopi menggunakan berbagai strategi komunikasi persuasif, seperti menyediakan informasi detail tentang produk kopi, memberikan rekomendasi, dan menciptakan suasana yang nyaman untuk pengunjung. Pengunjung merespon komunikasi persuasif ini dengan berbagai tingkat elaboration, tergantung pada motivasi dan kemampuan kognitif mereka. Beberapa pengunjung cenderung melakukan *elaboration* yang tinggi, sementara yang lain lebih cenderung melakukan *elaboration* yang rendah. Temuan ini menggambarkan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi elaboration pengunjung dalam menerima pesan persuasif. Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi barista dan pemilik kedai kopi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif mereka, dengan mempertimbangkan tingkat elaboration pengunjung sebagai faktor kunci dalam mempengaruhi keputusan mereka. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pemahaman teoritis tentang penerapan ELM dalam konteks komunikasi persuasif di industri makanan dan minuman.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Persuasif, *Elaboration Likelihood Model*, Barista, Pengunjung

**KOMUNIKASI PERSUASIF BARISTA TADASIH KOPI KEPADA
PENGUNJUNG: PERSPEKTIF *ELABORATION LIKELIHOOD MODEL*
(ELM) DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGUNJUNG**

By: RizqullahMuladi

ABSTRACT

This research aims to investigate persuasive communication conducted by baristas at Tadasih Kopi in an effort to influence the decisions of visitors. This study employs the Elaboration Likelihood Model (ELM) as a theoretical framework to understand how persuasive messages are delivered and received by visitors. The research method used is a case study with data collection through observation, interviews, and content analysis. The research findings indicate that baristas at Tadasih Kopi employ various persuasive communication strategies, such as providing detailed information about coffee products, offering recommendations, and creating a comfortable atmosphere for visitors. Visitors respond to this persuasive communication with varying levels of elaboration, depending on their motivation and cognitive abilities. Some visitors tend to engage in high elaboration, while others are more inclined to engage in low elaboration. These findings illustrate the importance of understanding the factors that influence visitors' elaboration in receiving persuasive messages. The results of this research can serve as a guideline for baristas and coffee shop owners to enhance the effectiveness of their persuasive communication, taking into consideration visitors' elaboration levels as a key factor in influencing their decisions. This research also contributes to the theoretical understanding of the application of ELM in the context of persuasive communication in the food and beverage industry.

Keyword: Interpersonal Communication, Persuasive Communication, Elaboration Likelihood Model, Barista, Visitors