

SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASYARAKAT INDUSTRI

(Studi Kasus Sistem Sosial dan Pola Komunikasi Masyarakat Industri di lingkup Incircle coffee Malang)

Vida Ratna

Program Studi S1 Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknik Malang

Email: vidaratnapermadhi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis sosiologi komunikasi di kalangan pelaku usaha di area Incircle Coffee, Malang, dengan fokus pada sistem sosial yang terbentuk di antara pemilik dan karyawan. Studi ini menemukan bahwa sosiologi komunikasi yang dipraktikkan cenderung bersifat primer, di mana komunikasi terjadi secara langsung dan personal. Sistem sosial dalam komunitas industri ini terbentuk dari kesamaan profesi dan lingkungan kerja yang menciptakan kenyamanan. Namun, perbedaan profesi, latar belakang sosial, dan lingkup kerja dapat memicu ketidaknyamanan serta kesalahpahaman dalam interaksi sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku usaha dalam memahami dinamika komunikasi di lingkungan industri serta membantu masyarakat memahami sosiologi komunikasi industri sebagai acuan untuk membangun visi dan misi yang sejalan dalam lingkup usaha.

Kata Kunci: Sosiologi, Komunikasi, Masyarakat Industri

ABSTRACT

This study analyzes the sociology of communication among business actors in the Incircle Coffee area, Malang, with a focus on the social system formed between owners and employees. This study found that the sociology of communication practiced tends to be primary, where communication occurs directly and personally. The social system in this industrial community is formed from similarities in profession and work environment that create comfort. However, differences in profession, social background, and scope of work can trigger discomfort and misunderstandings in daily interactions. The results of this study are expected to be a reference for business actors in understanding the dynamics of communication in the industrial environment and help the community understand the sociology of industrial communication as a reference for building a vision and mission that are aligned in the scope of business.

Keywords: Sociology, Communication, Industrial Society

I. PENDAHULUAN

Kota Malang merupakan salah satu kota Pendidikan dan industri, Menurut (Times Malang, 2024) Kota Malang memiliki sekitar 62 (enam puluh dua) perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Hal tersebut membuat maraknya kafe-kafe yang didirikan sebagai wadah atau tempat para mahasiswa ataupun karyawan dalam mengerjakan tugas ataupun menghabiskan waktu sambil menikmati nuansa kota, menikmati nuansa kafe, serta dapat menikmati minuman, dan makanan yang ada. Hal tersebut merupakan suatu peluang bagi pengusaha untuk mendirikan bisnis kafe yang ada di Kota Malang, karena lokasinya yang dekat dengan berbagai perguruan tinggi, berharap kafe yang dibangun mendapatkan keuntungan dan semakin berkembang.

Di beberapa titik tempat berdirinya kafe berdekatan dengan perguruan tinggi namun juga ada beberapa tempat khusus untuk deretan kafe-kafe seperti di daerah Sudimoro dan Dau Malang. Banyak pilihan tempat, menu, dan hiburan live music yang disajikan. Terlebih setelah pandemi Covid 19, Masyarakat khususnya muda-mudi dan mahasiswa berbondong-bondong untuk menikmati kafe di Kota Malang. Para pengusaha memanfaatkan peluang tersebut untuk mendapatkan simpatik dari Masyarakat agar menjadi *customer* mereka. Berbagai hal dilakukan agar memiliki customer tetap dan dapat mengembangkan usahanya, seperti membuat kafe tersebut dengan tema-tema yang unik atau pun estetis, menyajikan *live music*, dan tentu saja minuman yang ditawarkan khususnya kopi.

Tidak semua kafe yang sejajar selalu ramai, ada juga yang bagus namun tidak terlalu ramai, ada juga yang tempatnya biasa tetapi ramai. Meskipun pendiri kafe tidak memiliki latar belakang sebagai barista, mereka tetap mendirikan kafe-kafe dengan belajar otodidak

dan juga menyelipkan *attracting method* seperti live music untuk menarik perhatian masyarakat yang lewat. Jadi, hal tersebut memungkinkan beberapa kafe tidak mementingkan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan ke customer yang penting ramai oleh pengunjung. Sedangkan customer sendiri yang notabennya kebanyakan dari muda-mudi, bukan hanya kalangan mahasiswa namun juga para karyawan yang ada di Kota Malang menikmati acara music yang disajikan. Setiap malam minggu jalan yang berada di Kawasan kafe selalu ramai dan macet, juga nuansanya yang setiap kafe memiliki live music, sehingga nuansa terkesan *crowded*. Beberapa kafe yang dikunjungi juga memiliki target customer, seperti memang untuk hiburan, atau mengerjakan tugas dengan nyaman. Melihat maraknya kafe yang diminati oleh Masyarakat sekitar membuat para pengusaha membuat kafe yang serupa. Pendiri kafe bukan hanya dari Masyarakat luar ataupun dalam Kota Malang, tetapi juga mahasiswa, dan pengajar yang memiliki kafe serupa.

Pada akhir tahun 2023, sejumlah kafe di kawasan Sudimoro dan Dau tidak seramai dulu, beberapa customer memilih kafe yang memang nyaman dalam mengerjakan tugas, bertemu relasi, dan kualitas minuman dan makanan yang disajikan, bukan hanya menjual tempat, booming, penampilan menu yang disajikan bagus tetapi rasa yang kurang. Hal ini membuat Kawasan deretan kafe banyak yang gulung tikar atau beralih menjadi tempat makan “warteg”, toko kelontong, atau bahkan tutup karena masyarakat lebih mengutamakan kualitas, hal tersebut membuat Incircle Coffee berani untuk mencoba melebarkan sayap berada di Tengah-tengah usaha non kafe.

Incircle Coffee berada di Jl. Melati no.4 Kota Malang ini, memiliki tempat yang di

kawasan industri, seperti pedagang, mini market, dan perguruan tinggi. Lokasi yang dimiliki kafe tersebut satu akses dengan pelaku usaha lain yang berdagang gadget seperti, HP dan Tablet. Pendiri kafe adalah seorang sarjana strata 1 yang melihat peluang bisnis, dan memiliki riset barista dengan saudaranya untuk menyajikan minuman dan makanan yang berkualitas. Berada di Tengah-tengah Kawasan industri membuat owner incircle coffee harus mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya yang memiliki perbedaan sosial, karena pelaku usaha sekitar bukan hanya warga asli kota malang. Dikaji dari perspektif sosiologi perbedaan latar belakang sosial dan budaya tersebut menjadi karakteristik sosial tersendiri bagi owner dan karyawan Incircle coffee. Para pelaku usaha ini memiliki ciri khas tersendiri, yakni kelompok sosial yang tercipta atas dasar perbedaan dan persamaan. Di satu sisi mereka terbentuk oleh perbedaan sosial serta budaya, dan di sisi lain mereka juga terbangun karena persamaan profesi. Oleh karena itu, para pelaku usaha disebut dengan masyarakat industri. Menurut Huda dan Mulyadi (2015: 34), Masyarakat industri adalah Masyarakat yang telah meninggalkan bidang agraris sebagai aktifitas mata pencaharian utama menuju modern. Hal tersebut sesuai dengan realitas pelaku usaha sekitar incircle coffee.

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Sosiologi

Asal kata Sosiologi adalah Socius (Bahasa latin, yang berarti teman, kawan, social= berteman, Bersama, berserikat) bermaksud untuk mengerti kejadian-kejadian dalam masyarakat yaitu Persekutuan manusia, dan selanjutnya dengan pengertian itu dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan Bersama. (Shadily, 1993:1-2).

Menurut Sorokin dalam Soekanto (2003:19), mengemukakan sosiologi adalah suatu ilmu yang mempelajari:

Perbedaan sosial dari para pelaku usaha mengakibatkan ketidaknyamanan dalam berkomunikasi. Proses komunikasi yang dilakukan juga berdasarkan budaya sosial yang berbeda. Sebagai contoh pelaku usaha yang memiliki target customer para pekerja dan mahasiswa jarang sekali menggunakan kata-kata umpatan dalam proses komunikasi sehari-hari. Begitu pula sebaliknya pelaku usaha lapangan yang target customer secara umum yang tidak memikirkan baik atau buruknya kata-kata yang terlontar ataupun tingkah laku untuk Masyarakat sekitar. Hal tersebut yang membuat problematic sosial komunikasi Masyarakat industri di lingkup usaha kafe yang berada diantara para pelaku usaha lain yang berbeda. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini menggunakan judul SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASYARAKAT INDUSTRI (Studi Kasus Sistem Sosial dan Pola Komunikasi Masyarakat Industri di lingkup Incircle coffee Malang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sosiologi Masyarakat industri (studi kasus system sosial dan pola komunikasi Masyarakat industri di lingkup incircle coffee Malang).

1. Hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial (misalnya antara gejala ekonomi dengan agama; keluarga dengan moral; hukum dengan ekonomi; gerak Masyarakat dengan politik dan lain sebagainya).
2. Hubungan dengan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala non sosial (misalnya gejala geografis, biologis, dan sebagainya)

3. Ciri-ciri umum semua jenis gejala-gejala sosial.

Berdasarkan dua teori yang dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa sosiologi merupakan hubungan antar satu individu dengan individu yang lain.

2.1.2. Komunikasi

Menurut Mulyana (2015:11), komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.

Menurut Hardjana (2016:15), komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan

Berdasarkan pengertian para ahli terkait dengan komunikasi, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan interaksi antara satu orang atau lebih, memberi dan menerima pesan dan dapat dilakukan melalui satu arah ataupun dua arah atau lebih.

2.1.3 Sosiologi Komunikasi

Menurut Mahardika (2022 : 33-34), sosiologi komunikasi adalah disiplin ilmu yang mengkaji tentang interaksi sosial dalam penghubung antara Masyarakat satu dengan lainnya untuk menciptakan keteraturan sosial sehingga prihal ini komunikasi bisa dilakukan secara individu dan juga kelompok dalam proses timbal balik yang diperlukannya. Adapun definisi sosiologi komunikasi menurut para ahli, antara lain:

1. Soerjono Soekanto, definisi sosiologi komunikasi adalah proses interaksi sosial dalam Masyarakat yang saling mempengaruhi antara terjadi pengaruh dalam positif dan negative. Bila positif

proses itu akan berlangsung elok, akan tetapi jika proses hubungan komunikasi dalam Masyarakat negative akan menimbulkan dinamika kelompok sosial dalam Masyarakat.

2. Mc Quail, arti sosiologi komunikasi adalah berlangsung hubungan interaksi sosial dalam Masyarakat yang cangkupnya luas, seperti halnya menggunakan media massa. Hubungan tersebut berlangsung dalam jangka waktu tertentu sehingga menjadi sangat berpengaruh dalam Masyarakat.
3. Erving Goffman, sosiologi komunikasi adalah suatu cabang ilmu sosiologi yang khusus memberikan pengetahuan tentang cara berkomunikasi dalam bermasyarakat, cara ini diharapkan dapat menghindari dan menghindari bentuk gejala sosial yang bersifat negative.
4. Burhan Bungin (2007), sosiologi komunikasi yaitu studi ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang komunikasi dan sudut sosiologis dengan kajian terkait dengan aktivitas sosial, interaksi sosial, dan kelompok sosial yang menimbulkan dampak dari hubungan sosial yang diciptakan.

1.2.4 Anomali Peradaban Masyarakat Modern

Menurut Mahardika (2022: 135-136), anomaly sosial adalah suatu keganjalan yang terjadi dari keadaan biasa atau norma yang berbeda dari kondisi umumj dalam suatu lingkungan. Factor penyebab nomali sosial (1) ketidaksempurnaan sosialisasi nilai-nilai. (2) kesalahan memahami informasi (3) dorongan kebutuhan ekonomi (4) gangguan control influs (5) anomie (6) Labelin.

Anomaly sosial dalam peradaban modern bisa terlihat dalam proses kehidupan

masyarakat saat ini yang secara pengetahuan dan teknologi berada dalam puncak kejayaan manusia. Namun, secara konteks kebahagiaan dan ketergantungan hati justru mengalami masa kemerosotan dan bahkan kemunduran. Pola pikir manusia saat ini dibangun dengan mendasarkan pada pemahaman yang sifatnya berbasis logika dan penjelasan ilmiah, maka hasil yang diinginkan juga diharapkan sesuai dengan perhitungan secara ilmiah.

1.3 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada sosiologi komunikasi masyarakat industri ini adalah studi kasus, yaitu penelitian ini dilakukan guna mempelajari secara intensif tentang interaksi lingkungan, posisi, serta keadaan lapangan suatu unit penelitian (misalnya: unit sosial atau unit pendidikan) secara apa adanya.

Menurut Muzzamili dan Rojati (2021:52), studi kasus adalah mengamati fenomena yang ada pada suatu kelompok individu. Oleh karena itu, dalam konteks studi ini fenomena dan peristiwa yang diamatinya adalah sistem sosial serta pola komunikasi, sedangkan kelompok sosial yang diamatinya adalah para pelaku usaha atau pekerja di lingkup incircle coffee.

Dalam aspek pendekatan, studi ini menggunakan pendekatan subjektif. Menurut Muzzamili (2021:21) secara operasional pendekatan subjektif digunakan untuk lebih menggali dan mengeksplorasi sistem sosial dan pola komunikasi yang dipraktikkan oleh para pelaku usaha atau pekerja di area incircle coffee sebagai subjek penelitian studi ini.

Penelusuran dan penggalian data dalam studi ini dilakukan dengan Teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, studi Pustaka, dan dokumentasi.

Pada metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara ada empat object yang dibutuhkan yaitu : (1) Actor yaitu para pekerja dan pelaku usaha di area incircle coffee. (2) activity kegiatan para pekerja di area incircle coffee, (3) Act tidak komunikatif para pekerja di area incircle coffee dan konsumen , (4) feeling, ekspresi komunikasi para pekerja di area incircle coffee dan konsumen . Wawancara ini pada dasarnya untuk lebih memperkuat dan melengkapi data yang didapatkan dari observasi.

Para pelaku usaha dan pekerja di area incircle coffee Malang yang memiliki beragam perbedaan latar belakang sosial dan budaya menjadi subject dalam penelitian ini,

1.4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara di incircle coffee, maka ditemukan beberapa point penting dalam studi ini. Yang pertama tentang sistem sosial Masyarakat industri, dan yang kedua, pola komunikasi masyarakat industri. Berikut adalah uraian dalam studi ini.

1. Sistem sosial Masyarakat industri

Interaksi sosial yang secara langsung maupun tidak langsung yang membentuk sistem sosial. Secara lebih jauh sistem sosial ini menentukan peran sosial dari setiap individu di lingkungan sosial tersebut. Dalam komunikasi antar kelompok yang memiliki perbedaan usaha memiliki pola pikir, perilaku, dan definisi komunikasi yang berbeda. Sebagai contoh pelaku usaha kafe yang jarang atau hampir tidak pernah menggunakan kata-kata umpatan dalam melakukan bisnis, untuk membuat nyaman para customer juga menunjukkan image yang baik.

Berbeda dengan pelaku usaha lain seperti penjual gadget, ada tidaknya customer yang muncul. Mereka selalu menggunakan kata-kata yang nyaman untuk keseharian, entah itu sebagai

candaan atau umpatan. Hal tersebut membuat pelaku usaha lain dan customer merasa tidak nyaman, [pun demikian jika pelaku usaha gadget mendfengar cara berkomunikasi dan bersikap pelaku usaha kafe dan pengunjung yang notabennya mahasiswa dan pekerja yang memang dating untuk mengerjakan tugas atau mengobrol membuat pikiran bahwa mereka itu “sok-sokan”, dan pengguna kafe merasa orang-orang yang menggunakan kata-kata kasar dalam becandaan atau komunikasi seperti tidak memiliki norma atau adab.

Mengamati dari teman yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi bahwa dalam lingkup kerja para pelaku usaha, pekerja, dan customer di area incircle coffee memiliki dua entitas sosial yang tidak bisa lepas yakni perekat sosial dan pembatas sosial, agar memiliki Batasan dalam berkomunikasi sehari-hari dan perekat, karena mau tidak mau para pelaku usaha masih berkesinambungan dalam menarik minat cutomer untuk membeli productnya dan bisa beristirahat di incircle coffe simbari menunggu gadget yang akan diperbaiki atau dijelaskan oleh p[edagang.

Kendala akses yang menjadi satu dengan para pelaku nusaha lain, mengakibatkan customer lain melewati akses kafe tersebut. Dan banyaknya pedagang yang dating ke tempat usaha tersebut mengakibatkan parkir penuh dan menutup akses jalan menuju kafe ataupun pelaku usaha lainnyaa. Berikut gambar akses yang terjadi

Gambar 4.1 Akses Kafe



Sumber: dokumen pribadi, 2024

Saat ini , dibuatkan pinmtu samping agar customer dapat dengan mudah masuk ke akses kafe, namun karena di sebelah ramai, jadi yang bukan merupakan pelanggan kafe tetap memasuki area kafe menuju usaha-usaha lain.

Tidak ada komunikasi yang baik dari berbagai pihak membuat miscommunication dengan pikiran-pikiran yang berbeda dan menimbulkan problematyika, hingga manajemen konflik agar pelaku usaha yang minoritas keluar dari area tersebut. Selanjutnya , menganalisis dari temuan tentang komunikasi formal dan informal para pelaku usaha area incircle coffee tersebut, dapat diaktakan bahwa pola komunikasi primer ini terbentuk karena aktifitas dan tindak komunikasi yang dipraktikkan oleh para pelaku usaha dan karyawan, selalu menggunakan Bahasa dan symbol verbal sebagai media utamanya.

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan alat analisis dan hasil pembahasan sosiologi komunikasi Masyarakat industry pelaku usaha di area incircle coffee Malang, dapat disimpulkan bahwa system sosial pada lingkungan Masyarakat industry berasal dari para owner dan karyawan di area incircle caffee, sosiaologi komunikasi yang dipraktikan tergolong pada komunikasi primer. Sosiologi komunikasi industri ini terbentuk pleh system sosial dari kesamaan profesi yang membuat nyaman, namun jika tidak sama profesi dan lingkup sosial dan latar belakangnya akan me nimbulkan ketidaknyamanan dan kesalahpahaman dalam bekerja.

Hasil studi ini diharapkan dapat menambah refrensi bagi pelaku usaha untuk melihat pelaku usaha lain di sekitar untukj memiliki visi dan misi yang sama. Kedua bagi Masyarakat agar dapat menjadi acuan atau refrensi tentang sosiologi komunikasi induystri.

Vida Ratna, Sosiologi Komunikasi (Studi Kasus Sistem.....), SINTEKS, Vol 13 (1), Juni 2024, 60-66

DAFTAR PUSTAKA

Muzzamilli, F. 2020. Komunikasi organisasi Nahdatul Ulama: Studi Kasus tentang Komunikasi Internal Pada Organisasi Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama. Jawa BArayt. Jurnal Komunika,3 (1): <https://doi.org/10.24042/komunika.v3jl.6050>.

Mahardika, Mei Candra . 2022. Sosiologi Komunikasi. EFUDEPRESS. Sukoharjo, Jawa Tengah.

Mulyana, Deddy. 2004. Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya . PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Malang, Times. 2024. Jumlah Mahasiswa Baru di Perguruan Tinggi.<https://malangtimes.co.id.news>.

Mulyadi, M. 2015. Perubahan Sosial Masyarakat Agraris ke Masyarakat Industri, dan Humanis Religius: Stusi kasus di Balaraja Banten. Teknologi: Jurnal Ilmiah dan Teknologi, 1 (1): 51-59 DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/teknologi.v1i1.1417>.