

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 merupakan tahun mengguncang dunia dengan hadirnya pandemi Covid-19 yang ditengarai berasal dari propinsi Wuhan, Cina. Dampaknya terhadap berbagai sektor sangat signifikan, Sehingga berdampak pada kesehatan dan pendidikan banyak orang, terutama perekonomian dalam negeri dan keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Jumlah kasus Covid-19 terus meningkat, yang memperlambat laju perkembangan banyak perusahaan. Selain itu, masyarakat saat ini mengurangi aktivitas di luar rumah, seperti liburan atau berbelanja.

Pada tahun ini seluruh dunia sdenga dilanda penyebaran virus corona, termasuk Indonesia. Negara tersebut juga terkena dampak dari virus corona hingga pertengahan 2020 belum terlihat virus Covid-19 telah berakhir pada negara Indonesia. Pemerintah juga telah mengambil berbagai langkah untuk menghentikan penyebaran Covid 19, di antaranya menerapkan pembatasan sosial berskala besar secara nasional, bekerja dari rumah, belajar di rumah juga ibadah. Setelah pembatasan social selesai, pemerintah menerapkan era normal baru, dengan perilaku baru saat pandemi Covid 19, memakai masker, social distancing, dan sering mencuci tangan dimanapun. Pada era adaptasi kebiasaan baru, Pandemi virus Covid-19 atau biasa yang kita sebut corona memang sedang hangat-hangatnya diperbincangkan. Tidak hanya itu dampak dari virus corona tersebutpun juga sangat dirasakan oleh

para pedagang usaha mikro kecil. Khususnya para pedagang atau warung kopi yang berada di Kabupaten Ponorogo. (<https://www.songgolangitfm.com/2020/03/dampak-virus-corona-para-pedagang-pilih-libur/>).

Devito mengemukakan (2011) bahwa komunikasi interpersonal merupakan penerimaan dan pengiriman *message* dengan umpan balik instan antara dua orang atau sekelompok kecil orang. Menurut penelitian oleh Warsita (2014), strategi komunikasi antarpribadi bisa dilakukan dengan tatap muka, atau dengan dengan media e-mail, social media, telepon, video interaktif yang dikendalikan komputer dan penggunaan internet.

Komunikasi interpersonal atau disebut juga Secara umum, komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai proses bertukar makna antara orang-orang yang berkomunikasi satu sama lain. Definisi dari suatu proses yang berurutan (tindakan). Komunikasi interpersonal adalah salah satu jenis komunikasi, yaitu tindakan berkomunikasi dan menerima pesan satu sama lain. Pada saat yang sama, itu berarti apa yang dipertukarkan dalam proses, yaitu kesepakatan antara orang-orang yang menyampaikan pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Di Ponorogo, perkembangan warung kopi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. PKL kota Ponorogo meliputi pedagang, warung kecil, kedai kopi permanen, kedai kopi Reeseen dan warung kecil. Pedagang Warung Kopi Lesehan merupakan salah satu dari beberapa pedagang kaki lima yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Ada pedagang kedai kopi

lesehan di hampir setiap jalan trotoar di Ponorogo. Tempat usahanya terletak di sebgai jalan protokol, dan gerobak atau perkakas yang digunakan bias dengan mudah dipasang kembali. Mereka buka dari siang hingga tengah malam, (Santoso, 2015).

Keberadaan pedagang kedai kopi di Ponorogo merupakan fenomena yang menarik. Meski jarak pedagang kedai kopi jauh, mereka sudah memiliki pelanggan sendiri. Mereka dapat menjalankan bisnis dengan baik dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis serupa dengan kondisi pandemic covid 19.

Saat ini, kedai kopi Ponorogo dapat ditemukan hampir di setiap sudut jalan dan desa, kawasan pemukiman, dan jalan protokol. Kedai kopi Ponorogo telah berkembang menjadi tempat umum, kedai kopi menjadi tempat jualan kopi dan beberapa minuman lainnya, serta dapat menambah menu lainnya. Kelas menengah ke bawah sering mengunjungi kedai kopi karena murah dan terjangkau. Akan tetapi masa sekarang ini, kafe yang tadinya sekarang kelas bawah juga didukung oleh kelas menengah ke atas. Perubahan daya tarik ini tampak pada bentuk tampilan gerainya yang tidak lagi sederhana, melainkan show bahwa bangunan, dekorasi, musik dan wifi.

Kedai kopi Ponorogo Selain itu juga untuk pemenuhan keperluan public akan hal yang baru selain kedai kopi, seperti suasana menggunakan fasilitas wifi untuk minum kopi di tempat keramaian. Tidak heran jika memiliki nilai tambah ketika pengunjung berkumpul untuk menciptakan suasana baru di kedai kopi, sehingga banyak orang yang suka minum (mengonsumsi) kopi di kedai kopi. Kedai kopi merupakan tempat berkumpulnya masyarakat

perkotaan khususnya masyarakat untuk saling berkomunikasi. Nyatanya, orang-orang yang berkunjung ke kedai kopi tersebut sedang mencari seseorang untuk diajak bicara, sehingga tidak akan menemukan kedai kopi tanpa adanya hiruk pikuk. Selain itu, banyak orang yang mengakui bahwa kedai kopi dapat memberikan inspirasi dan informasi. Hal ini tidak terlepas dari kodrat manusia masyarakat yang menuntut orang lain untuk berkomunikasi dan menjalin relasi.

Dari uraian latar belakang masalah yang diamati, peneliti menyelesaikan tugas akhir makalah dengan judul. “STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL WARUNG GUBUG SINOM DALAM MENJAGA EKSISTENSI DI MASA PANDEMI COVID-19”

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang pertanyaan di atas, penelitian ini mencoba menjawab masalah berikut ini:

1. Bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan pemilik warung dalam menajaga eksistensi di masa pandemic covid 19?

C. Maksud Dan Tujuan Penelitian

Berangkat dari pertanyaan di atas, maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan pemilik warung dalam menajaga eksistensi di masa pandemic covid 19.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong perkembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi di bidang pendidikan.
 2. Diharapkan dapat memperkaya ilmu khususnya di bidang komunikasi aplikasi.
- b. Secara Praktis
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya komunikasi yang berkaitan dengan proyek penelitian komunikasi.
 2. Membantu masyarakat menghindari kesalahpahaman tentang pesan yang disampaikan oleh komunikator yang berbeda pendapat atau cara berkomunikasi interpersonal.
 3. Mendapatkan prasyarat dalam mendapatkan gelar strata satu (S1) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.

