

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kamar Tujuh Koffie merupakan sebuah *Coffee shop* yang hadir dengan konsep ruang nongkrong yang hangat, dan nyaman. Mengusung atmosfer homy, Kamar Tujuh Koffie memberikan pengalaman yang lebih personal kepada setiap pengunjung, sehingga tidak hanya menjadi tempat nongkrong, tetapi juga aktivitas komunitas. Kamar Tujuh Koffie berada di area yang mudah dijangkau masyarakat, terutama oleh anak muda, pekerja, mahasiswa, dan komunitas hobi seperti komunitas lari maupun komunitas kreatif.

Kamar Tujuh Koffie menyadari bahwa keberadaan komunitas lari tidak hanya sebagai pelanggan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang dapat memperkuat posisi kafe sebagai ruang komunitas. Komunitas lari memiliki tingkat *engagement* yang tinggi, hubungan antarpersonil yang kuat, serta kebiasaan membagikan aktivitas mereka di media sosial, sehingga kolaborasi bersama akan memberikan dampak signifikan terhadap citra dan eksposur kafe. Oleh karena itu, Kamar Tujuh Koffie mulai menerapkan strategi untuk menjalin hubungan baik dengan komunitas lari melalui berbagai aktivitas *Community Relations*.

Hubungan Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari dibangun melalui beberapa aktivitas yang mencerminkan praktik *Community Relations*. Kafe menyediakan ruang bagi komunitas lari untuk berkumpul sebelum atau sesudah aktivitas berlari. Penyediaan ruang ini bukan hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga menunjukkan bentuk dukungan nyata kepada komunitas. Beberapa

kesempatan, kafe memberikan potongan harga untuk anggota komunitas sebagai bentuk apresiasi atas kerja sama mereka. Kamar Tujuh Koffie turut mempromosikan aktivitas komunitas lari melalui unggahan di media sosial, sehingga mendapatkan eksposur baik bagi komunitas maupun bagi kafe. Pendekatan ini menunjukkan bahwa hubungan yang dibangun tidak bersifat transaksional, melainkan kolaboratif dan berkelanjutan.

Meskipun hubungan antara Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari telah terjalin melalui berbagai aktivitas *Community Relations*, belum diketahui bagaimana pengelolaan hubungan tersebut dilakukan secara sistematis, terencana, dan berkelanjutan. Aktivitas yang dilakukan sudah berjalan, namun belum dapat dipastikan apakah telah sesuai dengan kebutuhan komunitas serta mampu menciptakan keterlibatan *engagement* yang optimal.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang telah terbangun masih berpotensi berjalan secara alami tanpa didukung oleh pengelolaan yang terarah. Menurut Walker, *Community Relations* seharusnya dilaksanakan melalui tahapan yang saling berkaitan, yaitu persiapan, pengumpulan fakta, perencanaan dan evaluasi. Apabila setiap tahapan tersebut tidak dijalankan secara sistematis, hubungan yang terjalin berisiko tidak memiliki tujuan yang jelas, kurang mampu mengakomodasi kebutuhan komunitas, serta sulit diukur tingkat keberhasilannya. Akibatnya, aktivitas kolaborasi hanya berlangsung sebagai kegiatan sesaat dan belum berkembang menjadi hubungan yang berkelanjutan serta memberikan nilai strategis bagi kedua belah pihak.

Bagi Kamar Tujuh Koffie, kondisi tersebut juga dapat menimbulkan konsekuensi yang nyata. Hubungan yang tidak dikelola secara berkelanjutan berpotensi menurunkan keterikatan komunitas, mengurangi partisipasi dalam kegiatan bersama, hingga mendorong komunitas memilih *coffee shop* lain yang dinilai lebih mampu mendukung aktivitas mereka. Dampak lainnya adalah berkurangnya promosi organik melalui media sosial komunitas, menurunnya peluang memperoleh pelanggan baru dari rekomendasi anggota komunitas, serta melemahnya citra Kamar Tujuh Koffie sebagai ruang komunitas. Kondisi tersebut dalam jangka panjang, dapat memengaruhi daya saing *coffee shop* di tengah semakin banyaknya pelaku usaha yang mulai memanfaatkan *Community Relations* sebagai strategi membangun hubungan dengan komunitas.

Tumbuhnya tren gaya hidup sehat turut menciptakan banyak komunitas olahraga, salah satunya komunitas lari. Aktivitas lari semakin diminati masyarakat modern karena dinilai praktis, menyehatkan, dan mampu membangun relasi baru. Komunitas lari hadir di berbagai kota, termasuk Bandung, dengan jadwal latihan rutin seperti morning run atau weekly run. Setelah berlari, komunitas biasanya mencari tempat untuk berkumpul, beristirahat, atau sekadar berbincang santai. *Coffee shop* menjadi destinasi yang ideal karena menyediakan suasana nyaman, minuman segar, serta ruang yang mendukung interaksi sosial.

Berdasarkan website Kompas.id, semakin banyak *Coffee shop* di Indonesia yang mulai menerapkan strategi *Community Relations* sebagai upaya membangun kedekatan dengan komunitas lokal, termasuk komunitas olahraga seperti komunitas lari. Artikel tersebut menjelaskan bahwa *Coffee shop* yang berfungsi sebagai ruang

komunitas dan wadah interaksi sosial yang menyediakan fasilitas pendukung bagi aktivitas komunitas, sehingga menciptakan pengalaman bermakna bagi pengunjung.

Fenomena tersebut memperlihatkan adanya perubahan peran *coffee shop* yang tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga berkembang menjadi ruang interaksi sosial bagi berbagai komunitas. Namun, di balik perkembangan tersebut muncul gejala bahwa tidak semua *coffee shop* mampu mengelola hubungan dengan komunitas secara terencana dan berkelanjutan. Sebagian hubungan masih dibangun berdasarkan kebutuhan sesaat atau hanya berfokus pada penyelenggaraan kegiatan tertentu, tanpa didukung mekanisme pengelolaan hubungan yang sistematis. Perbedaan antara meningkatnya kebutuhan komunitas akan ruang kolaborasi dengan belum optimalnya pengelolaan *Community Relations* inilah yang menjadi celah penelitian untuk dikaji lebih lanjut pada Kamar Tujuh Koffie dalam menjalin hubungan dengan komunitas lari.

Perkembangan industri kuliner, khususnya *Coffee shop*, mengalami peningkatan signifikan dalam satu dekade terakhir. *Coffee shop* bukan lagi sekedar tempat untuk menikmati kopi, tetapi menjadi ruang sosial dan ruang komunitas bagi berbagai kelompok masyarakat. Perubahan ini sejalan dengan gaya hidup generasi modern yang cenderung menjadikan kafe sebagai bagian dari aktivitas keseharian mereka, seperti bekerja, berkumpul, berdiskusi, atau mengikuti kegiatan komunitas.

Community Relations merupakan strategi penting yang digunakan sebuah usaha untuk menjalin hubungan harmonis, membangun kepercayaan, serta menciptakan kolaborasi dengan publik eksternal, khususnya komunitas yang

memiliki relevansi dengan identitas brand. Pendekatan ini mengedepankan komunikasi dua arah, seperti mendengar kebutuhan komunitas dan memberi dukungan terhadap aktivitas mereka. *Community Relations* dalam *Coffee shop* bertujuan membangun citra positif, memperluas jejaring sosial, dan menciptakan kedekatan emosional antara pelanggan dengan usaha, sehingga dapat mendorong loyalitas dan kunjungan berulang.

Konsep *Community Engagement* sangat relevan untuk menganalisis bagaimana Kamar Tujuh Koffie menjalin ikatan dengan komunitas lari, terutama dalam hal menciptakan keakraban dan keterlibatan yang berkelanjutan. *Community Engagement* menilai hubungan antara organisasi dengan komunitas melalui berbagai aspek seperti partisipasi, kerjasama, dukungan, komunikasi dua arah, dan kontribusi sosial, yang seluruhnya bisa terlihat secara langsung dalam interaksi antara kafe dan komunitas lari. Penelitian ini, hubungan yang dibangun tidak hanya berkaitan dengan komunikasi, tetapi juga pengalaman keterlibatan yang menyeluruh. Konsep ini mendukung fokus penelitian mengenai manajemen Hubungan Komunitas karena keterlibatan masyarakat merupakan faktor kunci dalam membangun hubungan yang harmonis antara Kamar Tujuh Koffie dan komunitas lari.

Melihat berbagai aktivitas dan potensi tersebut, penting untuk meneliti bagaimana bentuk strategi *Community Relations* yang dilakukan Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari karena hubungan yang terjalin tidak hanya dilihat sebagai aktivitas kolaboratif biasa, tetapi sebagai bagian dari strategi *Community Relations* yang seharusnya dikelola secara terencana dan berkelanjutan. Tanpa

pengelolaan yang jelas, hubungan tersebut berisiko berjalan secara spontan, tidak terarah, dan sulit untuk diukur keberhasilannya, sehingga potensi besar yang dimiliki komunitas lari sebagai mitra strategis belum dimanfaatkan secara optimal.

Penelitian ini penting dilakukan karena *Community Relations* memiliki peran dalam membangun dan memelihara hubungan yang berkelanjutan antara organisasi dan komunitas, bukan sekadar interaksi sesaat. Hubungan pada Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari, pengelolaan yang tidak terstruktur berpotensi membuat kolaborasi yang sudah terjalin menjadi kurang optimal dan tidak berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memahami bagaimana proses pengelolaan tersebut dijalankan, sehingga dapat diketahui apakah hubungan yang terbentuk sudah efektif, terarah, dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie dengan Komunitas Lari.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, bahwa fokus penelitian yang ditetapkan pada “ Pengelolaan *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie dengan Komunitas Lari” Untuk mendapatkan fokus penelitian secara mendalam, maka diperlukannya pertanyaan penelitian di antaranya

1. Bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan persiapan dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari?

2. Bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan pengumpulan fakta dalam memahami kebutuhan komunitas lari sebagai dasar pengelolaan *Community Relations*?
3. Bagaimana Kamar Tujuh Koffie menyusun perencanaan program dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari?
4. Bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan evaluasi program dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, peneliti memiliki tujuan untuk penelitian ini, diantaranya:

1. Mengetahui bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan persiapan dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari.
2. Mengetahui bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan pengumpulan fakta dalam memahami kebutuhan komunitas lari sebagai dasar pengelolaan *Community Relations*.
3. Mengetahui bagaimana Kamar Tujuh Koffie menyusun perencanaan program dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari.
4. Mengetahui bagaimana Kamar Tujuh Koffie melakukan evaluasi program dalam pengelolaan *Community Relations* dengan komunitas lari.berkelanjutan dengan komunitas lari.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu di Program Studi Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang Humas (*Public Relations*). Hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi maupun contoh studi kasus dalam beberapa mata kuliah, seperti *Strategi Public Relations*, *Community Relations*.

Penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa memahami penerapan teori yang dipelajari di kelas dengan kondisi nyata di lapangan, terutama mengenai strategi *Community Relations* pada industri kreatif.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan di bidang Humas khususnya *Community Relations* dalam upaya membangun hubungan jangka panjang. Secara praktis penelitian diharapkan dapat membantu, memahami, dan memperluas wawasan terhadap *Pengelolaan Community Relations Kamar Tujuh Koffie dengan Komunitas Lari*.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan serangkaian teori, konsep, atau model yang disusun secara sistematis sehingga menjadi dasar yang kuat dalam melakukan sebuah penelitian. Menurut Sembiring et al. (2024:54) teori secara umum dapat dipahami sebagai kumpulan ide, konsep, penjelasan, serta prediksi yang disusun

berdasarkan landasan ilmiah. Teori tidak hanya berperan sebagai sekadar gagasan, tetapi juga menjadi pedoman agar proses penelitian berjalan lebih terarah.

Penelitian ini menggunakan konsep *Community Engagement* menurut Walker (2014) digunakan sebagai dasar teoritis untuk memahami bagaimana proses keterlibatan antara Kamar Tujuh Koffie dan komunitas lari dapat terbentuk secara efektif. Walker memandang *Community Engagement* sebagai proses yang tidak hanya berfokus pada komunikasi dua arah, tetapi juga mengutamakan kolaborasi, dialog partisipatif, dan keberlanjutan hubungan antara organisasi dan komunitas. *Community Engagement* dipahami sebagai pendekatan yang mengajak komunitas terlibat secara aktif dalam penyusunan keputusan, perencanaan kegiatan, hingga evaluasi program, sehingga hubungan yang tercipta bersifat lebih kuat, berdaya, dan berorientasi jangka panjang.

Mendukung analisis strategi *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie, penelitian ini menggunakan empat tahapan *Community Engagement* menurut Walker (2014) sebagai kerangka operasional. Walker menjelaskan bahwa keterlibatan komunitas yang efektif harus melalui proses yang terstruktur, dimulai dari tahap mempersiapkan perubahan, mengumpulkan fakta dan merumuskan solusi secara bersama, menyusun serta meninjau ulang rencana, hingga mengimplementasikan dan mengevaluasi program. Keempat tahapan ini membantu menggambarkan bagaimana organisasi dapat membangun keterikatan yang bermakna melalui proses yang sistematis dan partisipatif. Melalui konsep ini, penelitian dapat memahami sejauh mana Kamar Tujuh Koffie melibatkan komunitas lari dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan, serta

bagaimana strategi tersebut mendukung terbentuknya hubungan yang harmonis, kolaboratif, dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip *Community Engagement* yang dikemukakan Walker.

Community Engagement pada praktiknya dapat dibagi menjadi empat tahapan utama (Walker, 2014). Tahapan tersebut meliputi:

1. Persiapan

Organisasi perlu menjelaskan secara rinci setiap langkah yang akan ditempuh sebelum perubahan yang diharapkan tercapai sebagai kondisi akhir di masa mendatang. Rangkaian langkah tersebut harus disusun secara teratur melalui proses dialog yang melibatkan anggota komunitas, sehingga perpindahan dari satu tahap ke tahap berikutnya memiliki kejelasan arah dan tujuan.

2. Pengumpulan Fakta

Komunitas bersama pihak pengelola melakukan pengumpulan informasi, berbagi pandangan, serta mengidentifikasi alternatif solusi yang dapat dijalankan. Proses ini mencakup upaya memprediksi berbagai tantangan dan hambatan yang mungkin muncul berdasarkan data, kemudian menentukan strategi untuk mengantisipasi atau mengatasinya.

3. Perencanaan

Setelah solusi dirumuskan, langkah berikutnya adalah menyusun rencana kegiatan serta melakukan evaluasi berkala terhadap rencana tersebut. Peninjauan ini penting untuk menghindari kebuntuan, sehingga rencana dapat berkembang dan menyesuaikan diri dengan dinamika situasi.

4. Evaluasi Program

Menekankan pentingnya melaksanakan rencana yang telah disusun dengan penuh kehati-hatian, memperhatikan setiap perubahan atau perkembangan yang terjadi. Setelah pelaksanaan, dilakukan evaluasi menyeluruh untuk memahami efektivitas kegiatan, dan merumuskan langkah tindak lanjut secara berkesinambungan agar keterlibatan komunitas dapat terus ditingkatkan secara strategis.

1.5.2 Landasan Konseptual *Community Relations*

Komunitas merupakan istilah yang umum digunakan dan sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, namun memiliki makna yang beragam tergantung pada konteks penggunaannya. Misalnya, istilah “*komunitas motor gede*” memiliki pengertian yang berbeda dengan “*komunitas korban penggusuran*”. Pada konteks komunitas motor gede, komunitas dipahami sebagai sekelompok individu yang meskipun tidak berada dalam satu wilayah geografis yang sama, namun dipersatukan oleh kesamaan minat dan kepentingan terhadap motor berkapasitas besar. Sementara itu, komunitas korban penggusuran lebih merujuk pada sekelompok orang yang memiliki kesamaan pengalaman dan kondisi sosial tertentu.

Clark (2007) mengklasifikasikan komunitas ke dalam beberapa kategori. Pertama, komunitas dipahami dari perspektif sosiologi dan geografi sebagai bentuk sosial dalam lingkup wilayah yang relatif kecil, seperti lingkungan tempat tinggal. Kedua, dari sudut pandang antropologi dan kajian budaya, komunitas dipandang

sebagai kelompok yang memiliki rasa kepemilikan serta identitas atau karakteristik tertentu. Ketiga, komunitas juga dapat dimaknai sebagai bentuk gerakan sosial dalam ranah politik, misalnya komunitas yang terbentuk untuk memperjuangkan hak asasi manusia. Keempat, komunitas muncul sebagai hasil dari perkembangan masyarakat global yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi serta meningkatnya mobilitas internasional.

Iriantara (2019: 89) dalam *Community Relations* menjelaskan bahwa pembangunan hubungan dengan komunitas sering kali dijadikan sebagai strategi oleh perusahaan. Melalui hubungan tersebut, perusahaan tidak hanya berupaya menjalin relasi yang harmonis dengan lingkungan sekitarnya, tetapi juga memanfaatkan komunitas sebagai sarana untuk memperkenalkan serta memperkuat citra dan merek perusahaan di hadapan publik.

Hubungan antara perusahaan dan komunitas tidak hanya dapat dilihat sebagai kegiatan sosial, tetapi bagian dari strategi komunikasi yang direncanakan. Pembangunan hubungan dengan komunitas menjadi aspek penting dalam praktik *Public Relations* karena memungkinkan terjalinnya interaksi yang berkelanjutan dan saling menguntungkan. Komunitas pada hal ini, dipandang sebagai publik strategis yang berperan dalam membentuk persepsi dan opini publik.

Penerapan *Community Relations* yang tepat, perusahaan tidak hanya menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sosial, tetapi juga memperkuat citra dan reputasi merek dalam jangka panjang. Kaitannya dengan penelitian ini, konsep komunitas dan *Community Relations* menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana Kamar Tujuh Koffie membangun dan

mengelola hubungan dengan komunitas lari. Komunitas lari dalam penelitian ini termasuk dalam kategori komunitas berbasis minat, yang terbentuk atas dasar kesamaan hobi dan aktivitas olahraga. Melalui pendekatan *Community Relations*, Kamar Tujuh Koffie tidak hanya berfungsi sebagai tempat usaha, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, dan keterikatan emosional dengan komunitas. Oleh karena itu, pengelolaan hubungan ini menjadi strategi komunikasi yang relevan dalam membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan *engagement*, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara *Coffee shop* dan komunitas lari.

1.6 Langkah Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu Kamar Tujuh Koffie yang berlokasi di Jl. Cilamaya No.1, RT.02, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Peneliti memilih lokasi ini karena tertarik melihat strategi *Community Relations* yang dilakukan Kamar Tujuh Koffie dalam menjalin hubungan baik dengan komunitas lari.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan sudut pandang seseorang dalam memahami dan menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dalam realitas sosial. Ikbar (2012:57) menjelaskan bahwa, paradigma dapat dipahami sebagai kerangka berpikir yang mendasar dalam melihat suatu persoalan dan cara pandang peneliti terhadap kenyataan yang ada. Perspektif ini kemudian membentuk dasar bagi pengembangan suatu disiplin ilmu yang menjadi fokus kajian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Mulyana (2004) menjelaskan bahwa, konstruktivisme memandang kebenaran sebagai sesuatu yang bersifat sosial dan majemuk. Kebenaran tersebut terbentuk melalui konstruksi sosial yang berakar pada pengalaman-pengalaman serta keterlibatan individu dalam interaksi sosial. Konstruktivisme melihat tindakan manusia sebagai upaya membentuk makna dari realitas sosial yang dijalani, dan pemaknaan tersebut muncul dari interpretasi terhadap tindakan manusia itu sendiri.

Paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini relevan karena peneliti berupaya memahami bagaimana hubungan antara Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari terbentuk melalui interaksi sosial yang berlangsung. Hubungan tersebut tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas formal, tetapi juga sebagai proses pembentukan kepercayaan, keterlibatan, dan pengalaman bersama yang dirasakan oleh masing-masing pihak. Oleh karena itu, pemahaman terhadap realitas dalam penelitian ini tidak bersifat tunggal, melainkan dibangun dari berbagai perspektif informan yang terlibat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (2014:260) menjelaskan bahwa, pendekatan kualitatif bertujuan untuk membangun pemahaman pengetahuan melalui proses partisipatif, yakni dengan menangkap sudut pandang dan pengalaman dari partisipan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap manajer dan *staff* di Kamar Tujuh Koffie. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan ditafsirkan dalam bentuk narasi yang mencerminkan karakteristik utama dari penelitian kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan pendekatan yang umum digunakan untuk menelaah suatu fenomena yang bersifat khusus dan kontekstual. Creswell (2016: 20) menjelaskan bahwa studi kasus adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi suatu program, peristiwa, aktivitas, atau proses secara mendalam dalam kurun waktu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa studi kasus menekankan pada pendalaman terhadap satu objek penelitian agar peneliti dapat memahami fenomena secara komprehensif sesuai dengan konteks yang melatarbelakanginya.

Pelaksanaan metode studi kasus diawali dengan pengumpulan data dari berbagai sumber guna memperoleh gambaran yang utuh mengenai objek yang diteliti. Yin (2018: 119) menjelaskan bahwa studi kasus memanfaatkan beragam sumber bukti, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk memperkuat validitas temuan penelitian. Melalui pendekatan ini, suatu kasus dapat dijelaskan secara sistematis dengan analisis yang mendalam berdasarkan data yang telah dikumpulkan, sehingga menghasilkan temuan yang lebih akurat dan rinci.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dipilih karena berfokus pada objek yang spesifik, yaitu pengelolaan *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie dengan komunitas lari. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam proses pembentukan hubungan, pola interaksi, serta strategi yang diterapkan dalam menjalin dan mempertahankan relasi dengan komunitas tersebut. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat melakukan analisis yang terarah sesuai dengan tujuan penelitian, yakni memahami bagaimana pengelolaan *Community*

Relations dilakukan dalam meningkatkan keterlibatan membangun hubungan yang berkelanjutan, serta memperkuat citra Kamar Tujuh Koffie sebagai ruang yang mendukung aktivitas komunitas lari.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang bersifat deskriptif, yang diperoleh melalui dokumentasi tertulis maupun hasil wawancara. Proses pengumpulan data difokuskan pada penggalian informasi mengenai berbagai upaya yang dilakukan oleh Kamar Tujuh Koffie dalam membangun hubungan jangka panjang melalui penerapan strategi *Community Relations*.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer diperoleh melalui pelaksanaan wawancara terhadap informan yang telah ditentukan. Sumber utama data primer berasal dari hasil wawancara peneliti dengan pihak Kamar Tujuh Koffie sebagai objek kajian. Moleong (2017:157) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya melalui proses pengambilan data di lapangan. Keaslian dan keterkinian data terjamin karena diperoleh secara langsung di lapangan.

Pengumpulan data primer dilakukan tidak hanya melalui wawancara terstruktur dan mendalam, tetapi juga melalui observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat secara langsung dalam mengamati situasi yang relevan dengan konteks penelitian.

b. Sumber Data Sekunder

Informasi dari data sekunder digunakan sebagai pelengkap guna memperkuat hasil penelitian. Data ini tidak diperoleh secara langsung dari subjek utama penelitian, melainkan berasal dari pihak ketiga atau berbagai referensi tertulis. Jenis data sekunder yang digunakan meliputi berbagai sumber, seperti media sosial, situs web resmi, dokumen institusional, serta referensi lain yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hasan (2002:58) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya melalui proses pengumpulan data, seperti artikel, berita, dan media sosial.

Keberadaan data sekunder ini memberikan kontribusi dalam memperkaya konteks dan memperluas pemahaman terhadap objek kajian, sehingga mendukung analisis yang lebih menyeluruh dan mendalam.

1.6.5 Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, keberadaan informan merupakan elemen penting yang menunjang kelengkapan data dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Informan berperan sebagai sumber informasi utama yang memberikan wawasan kontekstual dan mendalam. Nasution (2023:88) menjelaskan bahwa informan merupakan pihak yang terlibat secara langsung di lapangan dan berperan sebagai sumber utama bagi peneliti dalam memperoleh data penelitian.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Informan Utama

Informan utama merujuk pada individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman yang komprehensif terkait isu yang dikaji. Mereka dianggap sebagai narasumber kunci karena mampu memberikan informasi secara rinci dan relevan. Informan utama dalam penelitian ini merupakan manajer Kamar Tujuh Koffie, yang memiliki otoritas dan pemahaman strategis mengenai *Community Relations*.

2. Informan Tambahan

Informan tambahan berfungsi untuk memperkaya data yang diperoleh dari informan utama. Mereka memberikan informasi pelengkap yang bersifat praktis maupun pengalaman langsung di lapangan. Informan tambahan meliputi *staff* yang bertugas di Kamar Tujuh Koffie.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan aspek krusial dalam suatu proses penelitian karena menjadi sarana utama dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Proses ini juga berperan sebagai elemen pendukung yang memperkuat validitas hasil penelitian. Dalam studi ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan, khususnya informan kunci, guna memperoleh informasi secara lisan. Moleong (2005:185) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan pertemuan antara dua individu untuk saling

bertukar pandangan serta informasi melalui proses tanya jawab secara terbuka, bebas, dan mendalam.

Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara menyeluruh strategi *Community Relations* yang diterapkan oleh Kamar Tujuh Koffie. Proses wawancara bersifat fleksibel, sehingga meskipun terdapat wawancara, peneliti tetap dapat mengembangkan pertanyaan sesuai dengan konteks pembicaraan. Pendekatan ini bertujuan agar peneliti dapat mengidentifikasi isu-isu yang muncul secara lebih luas dan objektif.

2. Observasi Partisipan Pasif

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi lapangan yang mencerminkan realitas sosial pada objek yang diteliti. Tujuan dari teknik ini adalah mengumpulkan informasi tentang pelaksanaan Strategi *Community Relations* melalui pengamatan terhadap interaksi, baik verbal maupun nonverbal, yang berlangsung di lokasi penelitian.

Peneliti menerapkan observasi partisipan pasif, di mana peneliti tidak secara aktif terlibat dalam kegiatan yang diamati, melainkan hanya berperan sebagai pengamat. Peneliti dapat mengamati jalannya aktivitas yang diterapkan oleh Kamar Tujuh Koffie secara lebih objektif dan mendapatkan data yang lebih faktual serta akurat tanpa mempengaruhi situasi yang sedang diamati.

1.6.7 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan triangulasi sebagai upaya untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap data yang diperoleh. Triangulasi digunakan agar data yang dikumpulkan

tidak bersifat subjektif dan dapat diuji kebenarannya melalui berbagai sumber maupun metode. Sugiyono (2013: 273) menjelaskan bahwa triangulasi merupakan cara untuk menguji validitas data dengan memanfaatkan sumber atau teknik lain sebagai pembanding, sehingga data yang dihasilkan lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Peneliti menerapkan triangulasi teknik, yaitu dengan mengombinasikan beberapa metode pengumpulan data seperti wawancara dan observasi. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan kemudian dibandingkan dengan temuan dari observasi lapangan. Melalui proses ini, peneliti dapat melihat kesesuaian antar data yang diperoleh dari berbagai teknik tersebut.

Penggunaan triangulasi teknik memungkinkan peneliti untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki konsistensi dan saling menguatkan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas hasil penelitian sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipercaya dan relevan dengan kondisi yang sebenarnya.

1.6.8 Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penting dalam proses penelitian yang bertujuan untuk mengelola dan menafsirkan data yang telah diperoleh sehingga menjadi informasi yang bermakna dan terstruktur. Cresswell (2018) menjelaskan bahwa, analisis data diperlukan untuk memudahkan peneliti dalam memahami data secara mendalam agar dapat ditarik kesimpulan yang tepat. Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan sebagai langkah sistematis dalam mengolah

informasi sehingga menghasilkan kategori-kategori tematik yang disajikan dalam bentuk temuan penelitian.

Proses analisis data kualitatif dalam penelitian ini dilakukan melalui empat tahap, yaitu:

1. Menyiapkan dan Mengorganisasi Data

Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah menyiapkan serta mengelompokkan data yang telah diperoleh dari hasil observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam terkait aktivitas yang diterapkan oleh Kamar Tujuh Koffie . Data yang dikumpulkan, baik yang bersumber dari informan internal seperti *staff* layanan pelanggan maupun pelanggan, diorganisasi secara sistematis dan dipilah berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Tujuannya adalah agar peneliti memiliki rangkuman data awal yang siap untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Membaca Data Secara Menyeluruh

Langkah kedua melibatkan proses pembacaan dan penelaahan seluruh data yang telah terkumpul secara menyeluruh. Membaca data secara mendalam, peneliti dapat memahami konteks dan situasi yang menggambarkan implementasi Pengelolaan *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie dengan Komunitas Lari, serta menangkap makna dari respons informan baik secara verbal maupun nonverbal.

3. Menyusun Deskripsi dan Tema

Tahap ini merupakan proses merumuskan deskripsi naratif dari hasil temuan lapangan. Peneliti menyusun deskripsi berdasarkan pengalaman informan, interaksi yang diamati, dan kondisi lokasi. Informasi tersebut kemudian dikategorisasikan ke

dalam tema-tema utama yang berkaitan dengan aktivitas *Community Relations* , seperti komunikasi dengan pelanggan, penanganan keluhan, serta penciptaan pengalaman pelanggan.

4. Menyajikan Deskripsi dan Tema

Tahap akhir merupakan menyusun dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk deskripsi. Informasi yang telah dikelompokkan berdasarkan tema kemudian dituangkan ke dalam laporan penelitian secara sistematis. Penyajian ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan tentang bagaimana pengelolaan *Community Relations* Kamar Tujuh Koffie dengan Komunitas Lari.

