

Penggunaan Simbol Etnis sebagai Daya Tarik Konsumen pada *Coffee Shop* Bajawa Flores

Yolanda Pasaribu¹, Melati Mediana Tobing²

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta Timur, Indonesia
yolandapasaribu18@gmail.com¹, melati.tobing@uki.ac.id²

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the use of Flores ethnic symbols at Bajawa Flores Coffee Shop in Depok. And want to know how the role of using Flores ethnic symbols as a consumer attraction at Bajawa Flores. This research uses ethnographic claims research methods. This research uses Roland Barthes' Semiotics theory which states that semiology is the study of how humans give meaning to objects. The research findings show that Bajawa Flores Coffee Shop uses these symbols to create an authentic and traditional atmosphere that is intended to attract consumers who are interested in Flores culture. After observation and analysis, there are symbols, namely the Bajawa Flores NTT name sign, woven cloth, komodo dragon statue, Ti'i Langg hat and Ana Deo statue. The use of these ethnic symbols not only functions as a decorative element, but also as a strong marker of a particular culture and as a strong cultural identity. By relating ethnic symbols to Roland Brathes' theory of denotation, connotation, and myth, this research provides a deeper understanding of the role of ethnic symbols in building cultural identity and attracting consumers.

Keywords: semiotic theory, ethnic symbols, coffee shop, attraction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penggunaan simbol-simbol etnis Flores pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok. Serta ingin mengetahui bagaimana peran penggunaan simbol etnis Flores sebagai daya tarik konsumen pada Bajawa Flores. Penelitian ini peneliti memakai metode penelitian Etnographic claims. Penelitian ini menggunakan teori Semiotika Roland Barthes yang menyatakan bahwa semiologi adalah studi tentang cara manusia memberikan makna pada objek. Namun, artinya berbeda dari komunikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Coffee Shop* Bajawa Flores menggunakan simbol-simbol ini menciptakan suasana otentik dan tradisional yang dimaksudkan untuk menarik konsumen yang tertarik dengan budaya Flores. Sesudah melakukan observasi dan analisis, bahwa terdapat simbol-simbol yaitu plang nama Bajawa Flores NTT, kain tenun, patung komodo, topi Ti'i Langgadan patung Ana Deo. Penggunaan simbol etnis tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekorasi saja penggunaan simbol tersebut juga sebagai penanda yang kuat dari budaya tertentu dan sebagai identitas kultural yang kuat. Dengan menghubungkan simbol-simbol etnis dengan teori Roland Brathes tentang denotasi, konotatif, dan mitos, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran simbol etnis dalam membangun identitas kultural dan menjadi daya tarik pada konsumen.

Kata kunci: teori semiotika, simbol etnis, *coffee shop*, daya tarik

PENDAHULUAN

Kebudayaan merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan manusia, yang dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, hasil karya manusia yang dimiliki oleh kelompok tertentu. Heterogenitas masyarakat Indonesia

yang tertuang dalam semboyan lambang Negara Republik Indonesia “Bhineka Tunggal Ika” menjelaskan keberadaan banyak suku, agama, ras, dan adat istiadat. Meskipun berbagai perbedaan tersebut dipersatukan melalui kesatuan bahasa dan simbol bangsa, dengan perbedaan tersebut, Indonesia menjadi salah satu negara multikultural terbesar di dunia yang mempunyai berbagai tantangan dalam komunikasi (Tobing, 2024: 64).

Sistem gagasan manusia ditransformasi dalam bentuk simbol-simbol budaya. Simbol budaya sebagai salah satu bentuk kebudayaan dapat berupa gambaran, kata, atau benda yang merepresentasikan kelompok tertentu. Suatu simbol dapat dikatakan sebagai simbol budaya apabila mewakili suatu etnis atau suku bangsa tertentu, misalnya dapat berupa pakaian adat, bahasa, makanan, atau kesenian. Pada dasarnya cara pandang dan sikap setiap individu mudah dipengaruhi oleh latar belakang dan budayanya masing-masing. Komunikasi antarbudaya menjadi penting di mana sumber dan penerima pesan yang berbeda budaya dapat melakukan proses pertukaran gagasan, cara pandang, sikap, dan cara bertindak melalui simbol-simbol yang dapat dipahami dengan baik oleh kedua belah pihak (Tobing, 2024: 65) Penggunaan simbol etnis dapat dilakukan untuk berbagai alasan, salah satunya adalah untuk menciptakan identitas etnis. Identitas etnis merupakan perasaan atau kesadaran akan menjadi bagian suatu etnis tertentu. Seseorang dapat menggunakan simbol etnis untuk menegaskan identitas etnisnya. Penggunaan simbol etnis ini dapat membantu seseorang merasa terhubung dengan budaya dan sejarahnya, dan juga dapat membantu publik untuk lebih memahami dan menghargai keragaman budaya.

Selain itu, simbol etnis juga sering dipakai untuk usaha. Pelaku usaha menggunakan simbol etnis untuk menarik konsumen dari kelompok tertentu. Mereka juga dapat menciptakan suasana atau citra tertentu di dalam suatu usaha tersebut. Misalnya, menggunakan pernik-pernik seperti kain dari budaya yang digunakan, membuat ukiran atau patung yang menggambarkan budaya tersebut.

Salah satu usaha yang saat ini sedang populer di Indonesia adalah *Coffee Shop*. Selain menyediakan kopi, *Coffee Shop* menawarkan suasana yang nyaman dan unik untuk menarik minat konsumen dan pelanggannya. Oleh karena itu, banyak *Coffee Shop* yang menggunakan simbol etnis untuk menjadi daya tarik bagi pengunjungnya. Penggunaan simbol etnis dalam *Coffee Shop* dapat dilakukan melalui penggunaan dekorasi maupun pernik-pernik interior. Beberapa *coffee shop* memadukan hidangannya dengan konteks simbol yang diusung dan diperlihatkan dalam buku menu. Salah satu kedai kopi yang mengusung tema budaya dan menerapkannya dalam usaha adalah *Coffee Shop* “Bajawa Flores”. Kedai kopi yang berlokasi di Depok ini menggunakan simbol-simbol budaya dengan tema yang menggambarkan salah satu provinsi yang berada di Indonesia tepatnya Provinsi Nusa Tenggara Timur. Sejumlah simbol yang identik dengan provinsi NTT lebih tepatnya Pulau Flores, ada pada kedai kopi ini.

Dimulai dari ruangan pertama di mana ini adalah ruangan *outdoor*, peneliti melihat tulisan nama *Coffee Shop* Bajawa Flores NTT yang terdapat ukiran reptil tertua di Flores yaitu komodo pada seblah kiri, lalu di sebelah kanan terdapat pajangan foto di mana seorang wanita memakai pakaian adat suku Rote dan terdapat

dua patung yang sebelah kanan kiri foto tersebut. Lalu peneliti memasuki ruangan ke dua saat peneliti masuk ke dalam pada bagian sebelah kiri hanya terdapat sebuah pajangan foto seorang pria memakai pakaian adat NTT dan disebelah kanan terdapat berbagai kain khas NTT, alat untuk menenun kain, lalu bagian kanan kain tenun terdapat ada beberapa *merchandise* seperti gantungan kunci dengan ukiran-ukiran aksara flores, masker yang bermotif kain tenun, dan ada juga topi Ti'i Langgayang mana topi ini ciri khas pulau rote dan syal dari kain tenun, dan di bagian kiri kain tenun terdapat *merchandise* yaitu berbagai kopi, gelas dan topi Ti'i Langgadan ada juga alat musik sasando. Lalu bagian plafon terdapat tulisan lagu daerah yang berjudul Bolelebo.

Setelah peneliti menelusuri bagian ruangan kedua peneliti memasuki ruangan ke tiga di mana terdapat beberapa fotografi yang memakai baju khas daerah Flores dan banyak sekali ukiran kayu dan patung-patung yang menggambarkan ciri khas pulau Flores, lalu di ujung depan kanan kiri terdapat patung komodo, lalu di bagian atas bar terdapat gambar peta pulau Flores dan adanya dua layar yang menampilkan video dokumentasi masyarakat Flores. Ciri khas budaya Flores dengan mudah dilihat mulai dari ornamen dekorasi interior hingga menu makanan dan atribut yang dipakai oleh pegawai *Coffee Shop* Bajawa Flores. Tidak hanya suasana tempatnya saja tetapi menu yang disediakan beberapa menggunakan nama-nama tempat yang berada di Pulau Flores seperti Rote Kopi Susu, Kopi Coco adonara, Larantuka Mocktail dan lain sebagainya. Pengunjung pada Bajawa Flores sangatlah beragam mulai dari anak remaja hingga orang tua. Tempat ini selalu menjadi pilihan untuk sekadar melepas penat atau untuk menghabiskan waktu bahkan untuk bekerja di saat sedang WFH. Penggunaan simbol etnis budaya Flores pada *Coffee Shop* Bajawa Flores adalah sebuah strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan simbol-simbol etnis dapat menimbulkan rasa penasaran dan ketertarikan bagi konsumen. Selain itu simbol-simbol etnis juga dapat menciptakan kesan unik berbeda dari kedai kopi lainnya. Meskipun Nusa Tenggara Timur (NTT) terkenal dengan alamnya yang indah, budayanya juga menarik, budaya NTT yang beragam dan berbeda mencerminkan nilai-nilai dan tradisi luhur yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya Nusa Tenggara Timur (NTT) di sini merupakan daya tarik wisata dan bagian penting dari identitas dan keberagaman Indonesia. Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki beragam suku dan etnis yang kaya akan keberagaman budaya. Seperti tradis ini kuliner, upacara adat, kesenian, sampai dengan kebahasaan merupakan kebudayaan khas Nusa Tenggara Timur.

Penelitian terdahulu pertama seperti yang dilakukan Miftahul Adi Suminto, yang berjudul "Identitas Visual pada *Coffee Shop* dan Warung Kopi di Surabaya". Jurnal Kajian Seni, Vol. 09 No. 01 (2022). Peneliti ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Dalam studi ini penelitian ini membahas makna identitas yang dapat dikonstruksikan ke dalam bentuk visual berupa Warung Kopi & *Coffee Shop* yang merupakan bagian dari *The Wave Culture Of Coffee Shop* yang dapat mencerminkan konsep identitas sendiri antara Warung Kopi & *Coffee Shop* di Surabaya sebagai ruang publik privat. Peneliti melihat penelitian sebelumnya dan menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan

masalah utama penggunaan simbol etnis sebagai daya tarik konsumen pada kedai kopi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa simbol etnis digunakan dalam berbagai konteks, baik dalam komunikasi pemasaran maupun dalam upaya untuk membangun identitas kultural kedai kopi.

Berikutnya peneliti terdahulu kedua dilakukan oleh Hanin Kharisma Parastuti dan Djuli Djatiprambudi, yang berjudul "Analisis Semiotika Logo Kedai Kopi di Surabaya Selatan". Jurnal Barik, Vol. 1 No. 3, (2020). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Dalam studi ini peneliti membahas penggunaan logo pada kedai kopi di Surabaya. Terdapat empat perbandingan logo kedai kopi yang memiliki kesamaan akan tetapi keempat logo tersebut mempunyai makna yang berbeda.

Selanjutnya penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Abdul Rafif Taufani, yang berjudul "Budaya Pencinta Kopi dan Gaya Hidup Urban Kedai Kopi di Surabaya Analisis Visual Semiotika Spasial". Jurnal Media dan Komunikasi, Vol. 01 No 01 (2020). Penelitian ini menggunakan analisis semiotika spasial untuk memahami representasi identitas budaya pecinta kopi dan gaya hidup urban melalui simbol-simbol pada kedai kopi di Surabaya. Temuan penelitian menyoroti bagaimana identitas konsumen sebagai pecinta kopi urban direpresentasikan melalui desain interior, *gimmicks*, dan elemen dekoratif lainnya di kedai kopi. Dari ketiga penelitian sebelumnya, terlihat bahwa ada banyak dimensi yang terkait dengan penggunaan simbol etnis dalam konteks visual kedai kopi. Namun, penelitian ini akan berkonsentrasi pada bagaimana simbol etnis Bajawa Flores digunakan secara khusus untuk menarik konsumen di Depok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menekankan pada konstruksi sosial dari realitas untuk menjawab permasalahan sosio-kultural manusia (Denzin & Lincoln, 2018). Neuman menambahkan bahwa data kualitatif dikumpulkan dalam bentuk tulisan, kata-kata, hasil pengamatan, atau gambar (Neuman, 2014). Data dalam penelitian ini diperoleh dari pengalaman individu melalui observasi dan dokumentasi penggunaan simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores, Depok. Tipe penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena dengan metode pengumpulan data deskriptif. Penelitian ini menekankan pada aspek konstruksi sosial dari realitas (Denzin & Lincoln, 2018) dan data kualitatif diperoleh dalam bentuk tulisan, kata-kata, pengamatan, atau gambar (Neuman, 2014). Metodologi penelitian ini mencakup seluruh proses penelitian termasuk konteks organisasi sosial, asumsi filosofi, dan prinsip etika pengetahuan baru (Neuman, 2014). Metodologi adalah ilmu mencari tahu atau prosedur melakukan penelitian ilmiah (Babbie, 2017). Penelitian ini menggunakan metode Ethnographic Claims, yang disusun berdasarkan temuan lapangan melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait kelompok yang diteliti (Courche, 2019). Penelitian ini melakukan observasi dan dokumentasi simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores, Depok.

Metode pengumpulan data adalah sistem atau proses untuk mendapatkan

pengetahuan tentang topik tertentu (Croucer, 2019). Survei, eksperimen, analisis isi, wawancara, dan observasi adalah beberapa metode yang digunakan dalam penelitian komunikasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung (Babbie, 2017), sedangkan dokumentasi dapat berupa rekaman informasi, gambar, diari, dan video (Denzim & Lincoln, 2018). Penelitian dilakukan di *Coffee Shop* Bajawa Flores, Depok, dari 19 Maret 2024 hingga 22 Maret 2024, dengan fokus pada dua ruangan yang memiliki banyak simbol etnis. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian melalui observasi langsung di *Coffee Shop* Bajawa Flores, Depok, karena lokasi strategis dan dekorasi uniknya. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan wawancara dengan dua pengunjung selama observasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika untuk menganalisis simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores, Depok. Model analisis data interaktif terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Milles & Huberman, 2014). Metode pengkodean tematik digunakan untuk mengidentifikasi simbol etnis Flores yang digunakan, seperti denotasi, konotasi, dan mitos, sesuai dengan teori semiotika Barthes (1972). Interpretasi data dilakukan dengan menganalisis hasil observasi terkait penggunaan simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores sebagai daya tarik konsumen. Penggunaan simbol etnis menjadi acuan utama dalam menarik konsumen. Keabsahan data penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian. Keabsahan data mengacu pada gagasan validasi dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif (Zuldafril, 2012). Triangulasi adalah strategi untuk memastikan keabsahan data (Afifuddin, 2009). Empat bentuk triangulasi yang digunakan adalah triangulasi data, pengamat, teoritis, dan teknik. Penelitian ini menggunakan dua prosedur verifikasi: triangulasi data dan teknik, dengan memanfaatkan temuan observasi dan metodologi penelitian observasi serta dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis semiotika terhadap penggunaan simbol etnis pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok. Penggunaan simbol etnis budaya Flores pada *Coffee Shop* ini merupakan suatu bentuk strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dikarenakan simbol etnis dapat menimbulkan rasa penasaran dan ketertarikan bagi konsumen, serta menciptakan kesan unik yang berbeda dari kedai kopi lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol etnis Flores NTT yang digunakan di *Coffee Shop* Kopi Bajawa Flores di Depok memiliki pengaruh yang penting dalam menarik *customer*. Sesudah melakukan observasi dan analisis, bahwa dari desain interior yang ada di *Coffee Shop* Bajawa Flores peneliti tertarik untuk melihat lima hal yang terdapat simbol-simbol etnis di *Coffee Shop* tersebut seperti, plang nama, kain tenun, patung komodo, patung Ana Deo, topi Ti'i Langgahal. Hal ini menjadikan sebuah keestetikan dan sebagai daya tarik dalam visual kedai kopi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari

penelitian ini memberikan abaran yang lengkap dan mendalam tentang penggunaan simbol etnis budaya Flores pada Kopi Bajawa Flores di Depok. Dengan demikian, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa penggunaan simbol etnis dalam *Coffee Shop* Bajawa Flores merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji dan efektif dalam meningkatkan jumlah Konsumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Coffee Shop* Bajawa Flores menggunakan simbol-simbol etnis Flores untuk menandakan identitas sebagai kedai kopi yang berakar pada budaya Flores. Penggunaan simbol-simbol ini menciptakan suasana otentik dan tradisional yang dimaksudkan untuk menarik konsumen yang tertarik dengan budaya Flores.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Semiotika Roland Barthes di mana terdapat makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos.

Tabel 1. Hasil Temuan

No	Gambar	Denotasi	Konotatif	Mitos
1.		Sebuah papan reklame yang bertulisan "Bajawa Flores NTT" yang berlatar belakang berupa tembok kayu menggambarkan identitas Bajawa dari Flores, sebuah daerah di Nusa Tenggara Timur (NTT). Plang ini menjadi sebagai penanda nama tempat pada <i>Coffee Shop</i> .	Adanya penggantian huruf J pada kata "Bajawa" yang diganti dengan hewan komodo yang dapat diartikan sebagai simbol budaya flores sebagai upaya untuk menjadi daya tarik konsemen, komodo juga merupakan simbol kekuatan, keberanian, ketahanan. Pada tulisan menggunakan dua warna yaitu warna putih pada tulisan	Logo komodo yang di gunakan memiliki mitos di mana komodo adalah salah satu hewan yang sering ditemukan di Flores di mana dikaitkan dengan kekuatan, keberanian, dan ketahanan. Asal-usul kopi Bajawa diceritakan bahwa seorang petani menemukan kopi pertama kali ketika dia melihat seekor komodo

			“bajawa” yang artinya kejujuran, kesucian, kepolosan dan kemurnian. Lalu warna kuning pada tulisan “Flores NTT” yang artinya kebahagiaan, kejujuran, keluhuran budi	memakan biji kopi. Setelah itu, petani mencoba menanam biji kopi dan menghasilkan kopi yang lezat.
2.		Deretan kain tenun yang berwarna-warni dipajang pada bagian ruangan khusus untuk <i>merchandise</i>, kain tenun ini memiliki motif yang berbeda-beda dan bahan yang berbeda-beda seperti katun, sutra, dan benang emas. Kain ternun ini berasal dari berbagai daerah di Flores, Nusa Tenggara Timur.	Kain tenun ini menjadi simbol etnis Flores, identitas lokal, warisan leluhur, nilai budaya dan kekayaan budaya. Warna-warni yang ada pada kain tenun ini menggambarkan simbol keragaman, kegembiraan, semangat, dan kehangatan. Bahan pada kain tenun menandakan simbol kualitas, kemewahan,	Kain-kain ini dapat mewakili hubungan dengan roh dan tradisi leluhur, mewujudkan kebijaksanaan dan kesenian dari generasi sebelumnya. Pola dan warna pada kain dapat memiliki makna simbolis, yang mencerminkan kepercayaan spritual. Kain-kain tersebut diyakini membawa

			dan keanggunan. Kain tenun ini menandakan simbol identitas, warisan budaya lokal, dan keragaman budaya Indonesia.	keberuntungan dan kesejahteraan bagi pemiliknya.
3.		Patung kayu seekor komodo, kadal besar asli Flores di posisikan di depan sisi sebelah kanan dan kiri ruangan pada <i>Coffee Shop</i> Bajawa Flores. Patung ini diukir dengan gaya realistis, menggambarkan sikap hewan yang kuat, tubuh yang memanjang, dan sisik yang khas. Terpajangnya patung komodo ini menunjukkan hubungan dengan lingkungan Flores dan	Komodo memiliki makna simbol kekuasaan, kekuatan, dan keberanian. Sedangkan patung memberikan simbol representasi, makna budaya, dan keterampilan. Selanjutnya penempatan di bagian depan ruangan memberikan makna bahwa hewan komodo dimaknai sebagai penyambutan pengunjung untuk menikmati kopi dan makanan. Lalu,	Hewan komodo dalam prasejarah menggambarkan komodo sebagai makhluk yang kuat dan menakutkan supranatural. Komodo juga dianggap sebagai hewan sakti dan berkhasiat. Beberapa komunitas di Indonesia bahkan menggunakan bagian tubuh Komodo, seperti kulit daging sebagai obat tradisional.

		warisan alam dari pulau Komodo.	penempatan patung di <i>Coffee Shop</i> menunjukkan upaya untuk menghubungkan budaya lokal dengan dan sebagai ikon utama pulau komodo, dan daya tarik konsumen	
4.		Bentuk fisik pada topi Ti'i Langga adalah topi yang berbentuk kerucut yang terbuat dari anyaman daun lontar. Topi ini memiliki pinggiran lebar yang secara bertahap meruncing ke arah atas	Topi Ti'i Langga adalah simbol budaya dan identitas Pulau Rote karena sangat melekat pada tradisi mereka dan mewakili warisan unik mereka. Topi ini digunakan oleh pria Rote sebagai bagian dari pakaian tradisional mereka. Untuk acara tertentu, seperti menarikan upacara tradisional atau sebagai penerima tamu dalam	Dalam masyarakat Rote, topi Ti'i Langga sering dikenakan oleh orang tua yang dihormati atau orang yang berkedudukan tinggi, yang dapat menunjukkan status sosial dan kekayaan mereka. Dengan menggunakan topi Ti'i Langga, setiap individu dapat menunjukkan sifat kepemimpinan yang dapat menyatukan, menghormati

			upacara pernikahan. Topi ini juga digunakan untuk melindungi diri dari sengatan terik matahari. Ti'i Langgajuga digunakan oleh wanita selama acara tertentu, seperti acara di mana laki-laki dan perempuan menari bersama.	, menjaga rahasia, dan melindungi masyarakat Rote.
5.		Patung ini disebut patung Ana Deo, patung yang terbuat dari kayu dengan tinggi sekitar 1 meter, patung ini menggambarkan seorang pria dengan berpose berdiri tegak. Mengenakan pakaian adat Flores seperti kain tenun dan ikat kepala.	Patung ini disebut patung Ana Deo yang melambangkan kearifan lokal masyarakat Flores. Ana Deo dihormati sebagai leluhur yang mengajarkan nilai-nilai moral. Patung Ana Deo merupakan bagian penting dari identitas budaya masyarakat	Patung Ana Deo ini dipercayai oleh masyarakat memiliki kemampuan magis untuk melindungi masyarakat dari bahaya. Konon patung ini dapat mengusir roh jahat dan memberikan keberuntungan bagi masyarakat. Patung ini dibuat oleh leluhur masyarakat

			flores, patung ini menjadi pengingat sejarah dan tradisi mereka. Patung ini disimpang di dalam rumah adat yang khusus menyimpan benda pusaka.	Flores untuk menghormati jasa Ana Deo. Patung ini menjadi simbol kepahlawanan dan kearifan lokal masyarakat. Patung ini diyakini masyarakat adat sangat sakral atau mempunyai kekuatan magis.
--	--	--	---	---

Melalu analisis semiotika, peneliti memaparkan tentang penggunaan simbol etnis sebagai daya tarik konsumen di *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok. Penelitian terdahulu membahas simbol-simbol yang digunakan di *Coffee Shop* Bajawa Flores, yaitu plang nama Bajawa Flores NTT, kain tenun, patung komodo, topi Ti'i Langgadan patung Ana Deo.

Temuan pertama plang nama *Coffee Shop* Bajawa Flores yang mencolok dan mudah dikenali, identitas Bajawa dari Flores secara langsung digambarkan dalam plang tersebut. Menurut Barthes plang ini sebagai penanda nama tempat yang jelas dan jelas pada tingkat denotasi, tetapi pada konotatif, memiliki makna yang lebih mendalam sebagai simbol budaya dan nilai-nilai etnis Bajawa. Plang ini berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang menghubungkan konsumen dengan latar belakang budaya pada kedai kopi, membuat konsumen akrab dan menarik.

Temuan berikutnya yaitu kain tenun yang digunakan sebagai dekorasi di *Coffee Shop* Bajawa Flores. Kain tenun ini memiliki makna denotasi sebagai produk tradisional dengan motif yang berbeda-beda. Namun, secara konotatif kain tenun ini menjadi simbol identitas warisan budaya dengan identitas etnis NTT. Menurut Barthes, konotasi melibatkan interaksi antara tanda dan perasaan atau emosi penggunaan serta nilai-nilai sosial mereka. Dalam hal ini, penggunaan kain tenun sebagai dekorasi tidak hanya untuk mempercantik interior saja akan tetapi membangkitkan rasa kecintaan dan kebanggaan terhadap budaya tenun Nusa Tenggara Timur (NTT).

Selanjutnya patung komodo, pada tingkat denotasi patung ini sebagai representasi langsung hewan komodo yang identik pada Pulau Komodo, Nusa Tenggara Timur (NTT). Namun secara konotatif patung komodo di *Coffee Shop* Bajawa Flores menjadi simbol kekuasaan, kekuatan, dan keberanian. Temuan

selanjutnya, topi Ti'i Langga merupakan simbol etnis yang ditemukan di *Coffee Shop* Bajawa Flores. Topi ini pada tingkat denotasi berbentuk fisik kerucut yang terbuat dari anyaman daun lontar. Namun secara konotasi, topi Ti'i Langga melambangkan simbol budaya dan identitas pulau rote karena sangat melekat pada tradisi dan mewakili warisan unik masyarakat Pulau Rote, Nusa Tenggara Timur (NTT). Penggunaan topi ini sebagai dekorasi di kedai kopi tidak hanya memperkuat identitas visual kedai kopi, tetapi juga menciptakan suasana yang akrab bagi konsumen yang memiliki simpati pada budaya Nusa Tenggara Timur (NTT).

Terakhir, patung Ana Deo adalah simbol etnis yang penting di *Coffee Shop* Bajawa Flores. pada tingkat denotasi, patung ini menggambarkan seorang pria dengan berpose berdiri tegak. Mengenakan pakaian adat Flores seperti kain tenun dan ikat kepala. Namun secara konotatif, patung Ana Deo melambangkan kearifan lokal masyarakat Flores. Patung ini dihormati sebagai leluhur yang menggambarkan nilai-nilai moral.

Pembahasan

Secara keseluruhan penggunaan simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores menjadi daya tarik pada konsumen. Simbol-simbol itu menjadi media komunikasi *Coffee Shop* Bajawa Flores kepada para pengunjung dan menarik minat pengunjung untuk mengetahui budaya Flores. Berdasarkan temuan, maka diketahui beberapa simbol penting yang memperkuat pemaknaan budaya Flores, yang ada pada ruang *indoor* satu dan ruang *indoor* dua. Sedangkan simbol yang ada pada ruang VIP dan ruang *outdoor* ditemukan kurang relevan dalam menggunakan simbol-simbol yang terkait budaya Flores. Penelitian ini melakukan analisa semiotika pada lima buah simbol yang secara signifikan memberikan makna denotatif, konotatif, dan mitos (Barthes, 1967). Adapun lima simbol tersebut yaitu: 1) Plang Nama; 2) Kain Tenun; 3) Patung Komodo; 4) Topi Ti'i Langga, dan; 5) Patung Ana Deo. Makna denotatif yang berkesan dalam menjadi daya tarik pengunjung jika mengacu pada analisa semiotika adalah Patung Komodo dan Topi Ti'i Langga. Keduanya ditempatkan secara mencolok pada posisi utama, yaitu di bagian depan ruang *Coffee Shop*. Hal yang menarik adalah posisi plang nama yang ada pada ruang tengah, yaitu pada ruang *indoor* satu. Hal ini menunjukkan bahwa simbol budaya Flores menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen.

Makna konotatif pada patung komodo di *Coffee Shop* Bajawa Flores mewakili kekuatan, keberanian, dan keunikan yang diasosiasikan dengan budaya Nusa Tenggara Timur. Dalam hal, ini patung komodo tidak hanya menjadi dekorasi biasa, tetapi juga mengandung nilai-nilai budaya yang kaya dan beragam. Dalam budaya Nusa Tenggara Timur, komodo dianggap sebagai hewan yang memiliki kekuatan dan keberanian yang luar biasa. Selanjutnya makna konotasi pada topi Ti'i Langga yang digunakan *Coffee Shop* Bajawa Flores, makna konotasi yang terkandung di dalamnya tidak hanya sekedar menjadi aksesoris dan penutup kepala semata. Topi Ti'i Langga menjadi simbol kebanggaan budaya melambangkan kebanggaan budaya, identitas etnis, dan tradisi yang kuat bagi masyarakat Flores. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana pemilik *Coffee Shop* Bajawa Flores, tidak hanya menunjukan kecintaannya

terhadap warisan budaya Flores, tetapi juga turut serta dalam melestarikan dan memperkenalkan kekayaan budaya tersebut.

Sedangkan mitos pada patung komodo dan topi Ti'i Langga penelitian ini menunjukkan bahwa kedua simbol tersebut memiliki makna yang mendalam bagi budaya lokal. Patung komodo, yang merupakan hewan yang menggambarkan sebagai makhluk yang kuat, menakutkan, dan supranatural. Sementara itu, topi Ti'i Langga sering kali digunakan sebagai representasi kekuatan spritual yang dimiliki oleh orang tua yang memakainya. Kedua simbol tersebut digunakan dalam desain interior dan konsep branding *Coffee Shop* Bajawa Flores. Patung komodo digunakan sebagai dekoraasi utama di *Coffee Shop* Bajawa, sedangkan topi Ti'i Langga digunakan sebagai dekorasi dan disediakan untuk para konsumen yang ingin berfoto.

Simbol-simbol ini berfungsi sebagai elemen dekorasi dan sebagai penanda yang kuat dari budaya tertentu. Setiap simbol memiliki makna yang jelas dan mudah dipahami pada tingkat denotasi, tetapi pada tingkat konotasi dan mitos memiliki makna yang lebih dalam yang terkait dengan nilai-nilai budaya dan identitas etnis. Dengan menggunakan simbol etnis ini, *Coffee Shop* Bajawa Flores menjadi destinasi yang menarik dan berbeda dari yang lain. Ini berhasil menciptakan pengalaman yang unik dan asli bagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis semiotika yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan simbol-simbol etnis Flores pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok menjadi daya tarik yang unik untuk menarik minat konsumen. Penggunaan simbol etnis berhasil menarik pelanggan terutama pada mereka yang memang tertarik dengan budaya Flores. Simbol etnis yang digunakan di *Coffee Shop* Bajawa Flores mencakup plang nama Bajawa Flores NTT, kain tenun, patung komodo, topi Ti'i Langga, dan patung Ana Deo, menjadi media untuk mengomunikasikan identitas budaya Flores kepada konsumen. Hal ini menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung dan membangun citra otentik kedai kopi. Penggunaan simbol etnis tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekorasi saja penggunaan simbol tersebut juga sebagai penanda yang kuat dari budaya tertentu dan sebagai identitas kultural yang kuat. Dengan menghubungkan simbol-simbol etnis dengan teori Roland Brathes tentang denotasi, konotatif, dan mitos, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran simbol etnis dalam membangun identitas kultural dan menjadi daya tarik pada konsumen. Dengan demikian, penggunaan simbol-simbol etnis Flores di *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok bukan hanya sekadar dekorasi semata, melainkan memiliki makna yang lebih mendalam rangka menarik minat konsumen dengan menarik perhatian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2009). Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi. Pustaka Setia.
- Anonim. (2011). Patung Keramat Ana Deo Ditemukan di Pantai Nanganesa. *Kompas.com*.
<https://regional.kompas.com/read/2011/09/30/15300397/Patung.Keram.at.Ana.Deo.Ditemukan.di.Pantai.Nanganesa>
- Anonim. (2020). Ti'i Langga. *Warisan Budaya Takbenda Indonesia*.
<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=1728>
- Anonim. (2022). Etnik Banget, Bajawa Kopi Flores NTT Hadir di Kota Depok. *Kompasiana.com*.
https://www.kompasiana.com/nengsari/627c850a8d947a3b231f7cd3/etnik-banget-bajawa-kopi-flores-ntt-hadir-di-kota-depok?page=3&page_images=2
- Babbie, Earl. (2017). *The Basics of Social Research Sixth Edition International Edition*. Wadsworth Cengage Learning.
- Barthes, R. (1967). Elements of Semiology. Hill and Wang.
- Barthes, R. (1972). Mitologi. (A. Lavers, Trans.). Farrar, Straus, dan Giroux.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. SAGE Publications.
- Fiske, J. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers.
- Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. *Advances in experimental social psychology*, 23, 1-74. Academic Press.
- Jehandut, Alfonso. (2023). Komodo dan Mitosnya: Kisah Mistis dari Nusantara. *Jurnal Flores*. <https://www.jurnalflores.co.id/news/77610376464/komodo-dan-mitosnya-kisah-mistis-dari-nusantara>
- Anonim. (2022). Lima Budaya Khas dari Nusa Tenggara Timur yang Perlu Diketahui. *Kemendikbud.go.id*. <https://ditsmp.kemdikbud.go.id/lima-budaya-khas-dari-nusa-tenggara-timur->
- Lesik, R. A. (2023). Peran Topi Ti'i Langga dalam Melestarikan Warisan Budaya Suku Rote.
- McCracken, M. (1986). The Culture of Consumption. Basil Blackwell.
- Milles, M. B., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). Analisis data kualitatif: Buku sumber metode. Edisi ketiga. Dalam *The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods*.
- Moleong, L. J. (2014). Metodologi penelitian kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Pearson.
- Parastuti, H. K., & Djatiprambudi, D. (2020). Analis Semiotik Desain Logo Kedai Kopi di Surabaya Selatan. *Barik*, 1(3), 141-153.

- Semiawan, C. R., & Raflis, M. (2011). Pengantar semiotika. PT Grasindo.
- Sinambela, D., Rizal, E., & Rahmat, A. (2023). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Kopi Bajawa Flores Guna Membangun Brand Image pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9).
- Stephen, Croucher M., dan Cronn-Mills Daniel. (2019). *Understanding Communication Research Methods*. Routledge.
- Suminto, M. A. (2022). Identitas Visual pada Coffee Shop dan Warung Kopi di Surabaya. *Jurnal Kajian Seni*, 9(1), 116-134.
- Taufani, A. R. (2020). Budaya Pecinta Kopi dan Gaya Hidup Urban Kedai Kopi di Surabaya: Analisis Visual Semiotika Spasial. *Medkom: Jurnal Media Komunikasi*, 1, 23-39.
- Tobing, M. M., Hutabarat L., & Sirait, AJ. (2024). Cultural Improvement of the Gen-Z Digital Media User in Pingge Village Bali. *Jurnal Komunikasi Ikaan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 2024, 64-70.
- Vera, Nawiroh. (2014). Semiotika dalam Riset Komunikasi.
- Zuldafrial. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Prenadamed.