**ABSTRAK**

**Kevin Harvesta/ 68150099/ 2019/ Komunikasi Antarpribadi Pada Perilaku Nomophobia Di Kalangan Barista (Studi Kualitatif Eksploratif Pada Barista Starbucks Coffee Kelapa Gading Dan Sunter Mall)/ Pembimbing: Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comms)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang membuat orang menjadi *nomophobia* dan untuk mengeksplorasi persepsi antarpribadi, konsep diri, atraksi antarpribadi dan hubungan antarpribadi pada perilaku *nomophobia* dikalangan Barista *Starbucks* *Coffee* Sunter dan Kelapa Gading.

Teori ketergantungan media merupakan sebuah teori yang digunakan Peneliti untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan apa saja yang membuat seseorang menjadi ketergantungan dengan telepon pintarnya. Peneliti juga menggunakan gagasan sistem komunikasi antapribadi yang terbagi menjadi empat yaitu persepsi antarpribadi, konsep diri, atraksi antarpribadi dan hubungan antarpribadi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif eksploratif. Subjek penelitian ini adalah enam informan yang terdiri dari tiga Barista *Starbucks Coffee* Kelapa Gading dan tiga Barista *Starbucks Coffee* Sunter Mall. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan obervasi. Teknik analisis yang digunakan adalah model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini didapat bahwa, ada faktor utama yang menyebabkan mereka menjadi *nomophobia* yakni mereka dari kecil sudah dibiasakan menggunakan gawai yang diberikan oleh orang tua nya, sehingga ketergantungan mereka terhadap gawai yang berupa telepon pintar itu sudah menjadi hal yang biasa. Ketika telepon pintar itu diambil oleh orang tua nya, mereka tidak bisa mandiri sehingga kecemasan itu timbul. Dalam faktor kapasitas media pada perilaku *nomophobia* di kalangan Barista menganggap bahwa melihat telepon pintar tersebut sangat memiliki kapasitas yang besar dalam hal informasi dan komunikasi dibandingkan dengan media lainnya. Dalam faktor stabilitas sosial pada perilaku *nomophobia* di kalangan Barista menganggap bahwa ketika dipekerjaan itu dalam kondisi normal maka tingkat pemakaian kepada telepon pintar akan menurun tetapi, bila ada sesuatu konflik seperti ada komplain maka pemakaian telepon pintar akan meningkat. Dalam faktor memilih media berdasarkan kebutuhan individu yaitu bagi para Barista telepon pintar tersebut hanya media satu-satunya karena telepon pintar tersebut sudah memenuhi kebutuhannya, walaupun tidak menutup kemungkinan menggunakan media lain juga. Dalam sifat psikologis dari individu mereka menganggap Barista itu menjadi gaya hidup sehingga telepon pintarnya tersebut menjadi gaya hidup mereka. Contohnya seperti kalau warung tradisional bertransaksi hanya menggunakan tunai, berbeda dengan *Starbucks Coffee* yang transaksinya bisa menggunakan aplikasi yang ada di telepon pintar.

Kesimpulannya adalah keenam Barista ini menjadi ketergantungan menggunakan telepon pintarnya tersebut, karena tuntutan dari profesi yang mereka jalani saat ini sebagai Barista. Dengan demikian Peneliti menyarankan kepada keenam Barista, untuk memperbanyak aktifitas fisik yang tidak menggunakan telepon pintar, memperbanyak jaringan pertemanan dan menggunakan telepon pintar secukupnya saja.

**Kata Kunci: *Nomophobia,* Barista, Teori ketergantungan media, Sistem komunikasi antarpribadi**