

Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja

Sandra Olifia¹, Solten Rajagukguk², Astri Ananda³
sandra.olifia@usni.ac.id

Universitas Satya Negara Indonesia

Abstrak

Seiring dengan perkembangan zaman, para penikmat kopi tidak dapat memungkiri dengan adanya pertumbuhan kedai kopi yang mengalami perubahan terhadap fungsinya. Makna kedai kopi yang terbentuk memberikan perkembangan yang cukup signifikan dari konsep yang diberikan meliputi suasana, fasilitas, fungsi tempat, serta aktivitas yang dilakukan oleh para pengunjung. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja di *Character Coffee*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial, dimana realitas merupakan kumpulan individu yang bersosialisasi serta sebagai aktivitas untuk mendapat pemahaman, makna, norma, aturan melalui komunikasi yang mendalam. Landasan konseptual dalam penelitian ini meliputi ruang publik, *Coffee Shop*, dan remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan model triangulasi sumber. Penelitian ini dilakukan di *Character Coffee* Rempoa. Hasil dari penelitian ini adalah makna kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja memunculkan terciptanya aktivitas yang dibangun dari kalangan remaja dan mempengaruhi perubahan fungsi dari kedai kopi.

Kata Kunci: Ruang Publik, Makna Kedai Kopi, Remaja

Abstract

Along with the times, coffee connoisseurs cannot deny the growth of coffee shops that have changed their functions. The meaning of the coffee shop that is formed provides a significant development of the concept given including atmosphere, facilities, place functions, and activities carried out by visitors. The purpose of this research is to find out the meaning of a coffee shop as a public space for teenagers in *Character Coffee*. The theory used in this study is the theory of social reality construction, where reality is a collection of individuals who socialize as well as activities to gain understanding, meaning, norms, rules through in-depth communication. The conceptual foundation in this study includes public spaces, coffee shops, and youth. This study used a qualitative research approach with a descriptive research nature and a case study research method. Collecting research data through observation, interviews and documentation. The validity of the data uses the source triangulation model. This research was conducted at *Character Coffee* Rempoa. The result of this study is that the meaning of the coffee shop as a public space for teenagers raises the creation of activities that are built among teenagers and influences changes in the function of the coffee shop.

Key Note: *Public Space, Coffee Shop Meaning, Teenagers*

PENDAHULUAN

Keberadaan kedai kopi sebagai fenomena kultural yang hidup dikalangan remaja telah menjadi sarana publik untuk berinteraksi dan berdiskusi yang terus berkembang menjadi tempat berkumpulnya kalangan remaja dalam melakukan aktivitas kesehariannya dengan latar belakang pengguna yang begitu beragam. Namun, eksistensi kemunculan kedai kopi saat ini bukan hanya sekedar tempat bagi penikmat kopi saja, akan tetapi sebagai memiliki fungsi beragam mulai dari sebagai tempat nongkrong, tempat menyantap makanan dan minuman, tempat berkumpul dengan kerabat dan sahabat, tempat berdiskusi dan bersendu gurau dalam diskusi ringan, penyelesaian urusan kerja atau bisnis yang tidak bisa diselesaikan di kantor, dan beragam aktivitas lainnya.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kajian komunikasi kontemporer mengenai kedai kopi sebagai bentuk ruang publik di era informasi. Kajian ini berupaya mengeksplorasi keberadaan ruang publik bagi tiap kalangan terutama pada kalangan remaja yang muncul dengan tumbuhnya kedai kopi di

kotaTangerang, termasuk *Character Coffee* di Rempoa, Tangerang Selatan. Konsep *Character Coffee* ini memiliki desain interior minimalis yang mungil dan sederhana (*simple*) yang dipenuhi oleh tanaman hijau dan disajikan dengan beberapa lukisan unik didalamnya. *Coffee shop* tersebut memilih konsep minimalis dikarenakan bangunannya kecil, maka dari itu dibangunnya kedai kopi berkonsep minimalis bertujuan supaya lebih terlihat unik dan nyaman untuk kalangan banyak, dan agar tidak menyamakan dengan yang lain. Berdasarkan dari pemilihan lokasi penelitian penulis memilih di Rempoa, Tangerang Selatan karena lokasi tersebut terdapat beberapa kedai kopi dengan konsep yang beraneka ragam dan harga yang cukup mahal. Maka dari itu, penulis memilih melakukan penelitian di *Character Coffee* yang berada di Rempoa, Tangerang Selatan karena kedai tersebut memiliki konsep bermodel minimalis yang sederhana (*simple*) sekaligus juga menciptakan suasana kenyamanan dan ketenangan bagi pengunjung sehingga sangat cocok dijadikan tempat untuk fokus mengerjakan sebuah aktivitas karena

kedai kopi ini tidak terletak di pinggir jalan sehingga tidak menimbulkan suara berisik atau bising dari kendaraan di jalan, serta memiliki harga yang cukup terbilang murah sekaligus tidak terdapat pajak, dan terjangkau untuk semua kalangan.

Di *Character Coffee* Rempoa, Tangerang Selatan tampak didominasi dari berbagai kalangan, seperti pegawai kantoran, para pelajar sekolah, dan kalangan remaja lainnya. Pada penelitian ini penulis memilih salah satu kelompok yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu pada kelompok kalangan remaja saja yang berusia dari 11 tahun hingga 24 tahun. Hal ini dikarenakan kelompok tersebut yang merupakan bagian terbanyak dan sering mengunjungi kedai kopi untuk berkumpul bersama kerabat maupun sahabatnya, sekaligus untuk mencari dan menyampaikan informasi yang mereka inginkan demi mewujudkan hak tiap orang untuk berkomunikasi serta dapat menggunakan waktu yang digunakan tidak hanya untuk sekedar berkumpul saja, tetapi dapat digunakan dengan hal yang bermanfaat seperti mengerjakan tugas atau pekerjaan

kantor yang belum diselesaikan, maka dari itu kedai kopi disebut sebagai ruang publik dengan menciptakan suasana yang baru yang menghasilkan inspirasi-inspirasi yang di rumah dan kantor tidak ditemui karena dapat mengubah aktivitas seseorang menjadi lebih bermanfaat dan dapat menggunakan waktunya tidak terbuang sia-sia.

Keterkaitan antara penelitian yang diteliti mengenai “Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Bagi Kalangan Remaja” dengan ruang publik yaitu ruang publik sebagai tempat berkumpulnya orang-orang untuk berdiskusi secara rasional. Maka dari itu, kedai kopi disebut sebagai ruang publik karena merupakan tempat dimana orang dan individu dapat dengan bebas berkumpul dan berkomunikasi, dan dalam fungsinya, ruang publik dapat mengembangkan pola pikir individu. Setiap orang dengan latar belakang yang berbeda memiliki hak yang sama untuk datang dan berbicara di kedai kopi modern selama mereka mampu membeli apa yang mereka konsumsi di kedai kopi. Hal ini berarti semua orang dengan bebas untuk berdiskusi, berbicara, dan memberikan

pendapat anda. Kejadian ini mempertegas makna kedai kopi menjadi lebih bermanfaat bagi kalangan remaja saat ini. Fungsi kedai kopi mulai bergeser, yang dulunya hanya sebagai tempat minum kopi saja, tetapi kini menjadi tempat yang dapat digunakan sebagai ruang publik bagi kalangan remaja yaitu sebagai tempat melepas lelah, dan tempat bercengkrama bahkan termasuk sebagai ruang hiburan. Sekaligus kedai kopi dijadikan sebagai tempat untuk menikmati suasana dan melakukan aktivitas yang dimiliki oleh pengunjung di kedai kopi tersebut. Berdasarkan penjelasan pada pendahuluan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Bagi Kalangan Remaja di *Character Coffee*, Rempoa, Tangerang Selatan?”

Coffee Shop Sebagai salah satu Ruang Publik

Kata kafe (dalam arti kedai kopi) berasal dari bahasa Perancis yaitu “*Cafe*“ yang artinya kopi. Awalnya, kafe hanya berada di pinggir

jalan dan sederhana, namun kini bertempat di gedung hotel bintang lima dan pusat perbelanjaan dengan berbagai nama. *Coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai macam kopi dan minuman non-alkohol lainnya serta dapat menciptakan suasana yang santai dan nyaman, dilengkapi dengan alunan musik, baik melalui pemutar atau pun *live music*. Bahkan, saat ini kedai kopi juga menyediakantelevisi, desain interior yang unik, layanan yang ramah, dan beberapa diantaranya menyediakan *Wifi* sebagai daya tarik pengunjung untuk dapat melakukan aktivitasnya dengan bebas.

Konsep awal dari *coffee shop* hanya menjual kopi, tetapi kini mengalami perluasan makna. Kini, *coffee shop* tidak hanya menjual kopi saja juga menjual suasana. Fenomena pergi ke *coffee shop* ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup kota besar. Hal ini dibuktikan dengan munculnya fenomena kemunculan *coffee shop*, atau yang biasa kita kenal ditelinga kita dengan sebutan kafe, kini bergeser makna. Saat ini, orang tidak hanya pergi ke *coffee shop* untuk sekedar meminum kopi dan mencoba makanan khas *coffee shop*

untuk diri mereka sendiri, melainkan untuk berkumpul dan bersantai dalam kelompok.

Jadi, karena bergesernya makna kedai kopi yang tadinya hanya sebagai tempat untuk minum kopi saja, kini kedai kopi menjadi ruang publik bagi kalangan remaja untuk melakukan aktivitasnya seperti berkumpul, tempat mencari hiburan, serta menyelesaikan tugas atau pekerjaan kantornya. Dikaitkan dengan hubungan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sebagai objek utama tempat dimana penulis mendapatkan data atau sumber informasi tentang makna kedai kopi sebagai ruang publik di *Character Coffee*, Rempoa, Tangerang Selatan.

Pengunjung bisa mendapatkan inspirasi sendiridengan berdiskusi di kedai kopi sambil menyeruput secangkir minuman yang telah anda pesan di kedai kopi tersebut. Kedai kopi juga menjadi ranah publik milik semua elemen masyarakat baik sebagai tempat melepas lelah, tempat bercengkrama bahkan termasuk sebagai ruang hiburan. Sehingga kini sangat mudah bagi para pengusaha, pekerja kantoran, pelajar, bahkan masyarakat

umum untuk mencari dan membuat tempat pertemuan.

Keterkaitan antara kedai kopi sebagai ruang publik ditandai dengan beragamnya aktivitas yang berlangsung di kedai kopi sesuai dengan kebutuhan pengunjung kedai kopi yang ada. Kini makna kedai kopi menjadi ruang publik karena kedai kopi saat ini bukan lagi menjadi tempat nongkrong semata tetapi dijadikan sebagai wadah diskusi saat menulis tugas atau pekerjaan lainnya serta dapat menciptakan interaksi yang terjadi sebagai aktivitas untuk dapat pemahaman, makna, norma, dan aturan melalui komunikasi secara mendalam yang terjadi di ruang tersebut. Bergesernya kegiatan seseorang yang tadinya hanya sebagai tempat ngopi saja tetapi kini menjadi sebuah ruang yang mampu menyediakan lingkungan yang kondusif untuk memberikan peluang bagi terjadinya kontak dan komunikasi sosial secara terbuka sehingga terciptanya adanya timbal balik mengenai terjadinya interaksi sosial antara kumpulan individu yang bersosialisasi dan terlibat dengan setiap perbedaan di antara manusia itu sendiri untuk menciptakan

komunikasi antara individu dengan individu lainnya, dengan semua hubungan dan ketidaksetaraan. Ini akan menjadi tempat untuk memecahkan berbagai kegiatan lainnya.

Informasi sebagai esensi komunikasi

Informasi dapat didefinisikan yaitu sebagai data yang diolah yang berarti bagi penerimanya tentang apa yang belum diketahui tetapi memiliki nilai nyata untuk saat ini atau dimasa depan. Tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan hidup manusia tidak terbatas pada sandang, pangan, dan papan. Ada kebutuhan sosial yang harus dipenuhi oleh semua manusia dalam hidupnya.

Berbagai aktivitas yang berlangsung di kedai kopi memang menimbulkan banyak interaksi sosial. Hal ini yang membuat kedai kopi sebagai ruang publik dalam mendapatkan informasi saling berkaitan karena menjadi lebih penting ketika interaksi sosial menciptakan jaringan sosial baru atau memperkuat hubungan sosial yang ada. Kegiatan kedai kopi juga menjadi lebih bermakna karena seseorang diberi lebih

banyak informasi dan pengetahuan tentang konsekuensi dari aktivitas kedaikopi.

Keterkaitan remaja dengan permasalahan penelitian karena ketertarikan remaja terhadap fenomena budaya *hangout* menjadi salah satu alasan munculnya kedai-kedai modern saat ini. Selain itu, tidak terlepas dari peran media sosial, internet, dan televisi dalam mempromosikan budaya nongkrong di kedai di masyarakat luas. Di *Character Coffee* di Rempoa, Tangerang Selatan tampak didominasi dari berbagai kalangan, seperti pegawai kantoran, para pelajar sekolah, dan kalangan remaja lainnya.

Pada penelitian ini penulis memilih salah satu kelompok yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu pada kelompok kalangan remaja berusia dari 11 tahun hingga 24 tahun. Hal ini dikarenakan kelompok tersebut yang merupakan bagian terbanyak dan sering mengunjungi kedai kopi untuk berkumpul bersama kerabat maupun sahabatnya, sekaligus untuk mencari dan menyampaikan informasi yang mereka inginkan demi mewujudkan hak tiap orang untuk

berkomunikasi serta dapat menggunakan waktu yang digunakan tidak hanya untuk sekedar berkumpul saja tetapi dapat digunakan dengan hal yang bermanfaat seperti mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor yang belum diselesaikan, maka dari itu kedai kopi disebut sebagai ruang publik dengan menciptakan suasana yang baru yang menghasilkan inspirasi-inspirasi yang di rumah dan kantor tidak ditemui karena dapat mengubah aktivitas seseorang menjadi lebih bermanfaat dan dapat menggunakan waktunya tidak terbuang sia-sia.

METODE PENELITIAN

Berger & Luckmann (1966) mempublikasikan karyanya berjudul "*The Social Construction Of Reality.*" Karya mereka menghadirkan sebuah keahlian 'Realitas.' Realitas sosial ini diciptakan dan diinterpretasikan dengan bantuan aktor (manusia). Penekanan pada teori konstruksi realitas sosial adalah berbicara tentang prosedur melalui cara-cara dimana manusia mengumpulkan pengetahuan makna yang tidak biasa. Makna dibentuk dan dikembangkan, bekerja sama dengan orang

lain, sekarang tidak lagi melalui sarana setiap karakter secara terpisah.

Konstruktivis, menjelaskan bahwa teori ini menekankan pada kualitas observasi atau pengamatan. Ini mencakup teori dan menekankan pentingnya posisi teoritis dalam pengembangan metode penelitian. Karakteristik teori ini menurut Berger menjelaskan bahwa komunikasi dianggap sebagai proses ekspresi, interaksi, dan pengaruh, dimana perilaku manusia dan organisme lain mengekspresikan mekanisme psikologis, keadaan, dan sifat, dan bersifat kognitif, emosional, dan perilaku melalui interaksi dengan individu lain. Sedangkan konstruktivisme atau konstruksi sosial adalah teori yang diperkenalkan oleh para interaksionis yang mendekati ilmu komunikasi dalam aspek kegiatan untuk memperoleh pemahaman, makna, norma, aturan kerja melalui komunikasi yang intensif.

Teori konstruksi realitas sosial dapat terjadi karena akibat adanya tarik menarik antara bagaimana masyarakat melihat realitas

objektif dan realitas subjektif sebagai acuan entitasnya di suatu kalangannya. Teori ini tidak sampai menyentuh aspek kepentingan dalam kegiatan atas realitas yang terjadi, tetapi teori ini hanya menyentuh proses-proses yang terjadi dalam konstruksi sosial. Keterkaitan teori konstruksi realitas sosial dengan penelitian ini adalah kini makna kedai kopi menjadi ruang publik karena kedai kopi saat ini bukan lagi menjadi tempat nongkrong semata tetapi dijadikan sebagai wadah diskusi saat menulis tugas atau pekerjaan lainnya serta dapat menciptakan interaksi yang terjadi sebagai aktivitas untuk dapat pemahaman, makna, norma, dan aturan melalui komunikasi secara mendalam yang terjadi di ruang tersebut. Bergesernya kegiatan seseorang yang tadinya hanya sebagai tempat ngopi saja tetapi kini menjadi sebuah ruang yang mampu menciptakan beragam aktivitas yang dilakukan secara bermanfaat, menyediakan lingkungan yang kondusif untuk memberikan peluang bagi terjadinya kontak dan komunikasi sosial secara terbuka sehingga terciptanya adanya timbal balik mengenai terjadinya interaksi

sosial antara kumpulan individu yang bersosialisasi dan terlibat dengan setiap perbedaan di antara manusia itu sendiri untuk menciptakan komunikasi antara individu dengan individu lainnya, dengan semua hubungan dan ketidaksetaraan.

Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Little John, konstruktivisme percaya bahwa mereka yang menciptakan pengetahuan dan benar-benar bergerak diseluruh dunia dapat memahami fenomena dalam berbagai cara yang sempurna, dan pengetahuan itu muncul darinya. Paradigma konstruktivisme diartikan sebagai teori yang menilai suatu ruang berisikan kumpulan individu yang bersosialisasi dengan berbagai aktivitas yang dilakukannya dan terlibat dengan setiap perbedaan di antara manusia itu sendiri untuk menciptakan komunikasi antara individu dengan individu lainnya, dengan semua hubungan dan ketidaksetaraan. Dari gagasan tersebut muncul disertai tentang hubungan antara kepentingan dan bagaimana memaknai sebuah ruang publik lebih bermanfaat dengan terciptanya sebuah aktivitas seseorang yang

tidak membuat waktusia-sia.

Pendekatan kualitatif didefinisikan sebagai proses penelitian untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang inklusif dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata, mengumpulkan pandangan yang rinci dari seorang informan, dan menerapkannya dalam lingkungan alam. Bagi penulis yang menggunakan metode ini, ia percaya pada dinamika dan proses. Manusia dan lingkungan terkadang berkembang dan berubah. Metode kualitatif ini sebenarnya menempatkan orang di tempat yang seharusnya. Manusia adalah makhluk yang begitu mulia, mereka tidak hanya bisa eksis, tetapi juga memahami, berbicara, berpikir, dan menentukan masa depannya. Metode ini juga menjelaskan sesuatu lebih konkrit jika gejalanya belum diketahui dengan baik dan belum jelas. Hasil penelitian akan menyertakan kutipan data untuk menjelaskan laporan. Data apa yang penulis dapat dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya. Dalam penelitian ini,

dilakukan di *Character Coffee*, Rempoa, Tangerang Selatan sebagai representasi kedai kopi pada umumnya, dan sebagai informan penelitian. Dalam penelitian ini penulis memilih metode kualitatif dengan menggunakan model pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah studi dimana seorang peneliti menyelidiki fenomena (kasus) tertentu dari waktu dan kegiatan dan mengumpulkan informasi rinci dan menggunakan berbagai koleksi data.

Keterkaitan data deskriptif dengan permasalahan penelitian adalah penelitian ini berusaha menjelaskan tentang suatu fenomena kedai kopi yang tadinya hanya dijadikan tempat nongkrong saja, tetapi saat ini kedai kopi menjadi sebuah ruang publik untuk tiap kalangan melakukan aktivitas seperti terciptanya interaksi sosial, berdiskusi bersama sahabat, mengerjakan tugas atau pekerjaan, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, penulis memilih *Key Informan* yaitu seorang *CO Founder Character Coffee* yang bernama Bangkit Reynald menjadi *Key Informan* dalam penelitian, dikarenakan *CO Founder Character Coffee* merupakan orang

yang memberikan informasi lebih dalam mengenai profil *Character Coffee*. Penulis juga memilih 4 informan yang terdiri dari kalangan remaja yang berusia 11- 24 tahun karena kalangan tersebut merupakan orang yang sering mengunjungi sebuah kedai kopi untuk berkumpul bersama teman sebayanya, dan melakukan kegiatannya untuk menemukan sebuah inspirasi serta sesuai dengan tujuan penelitian. Pengunjung *Character Coffee* yang berasal dari kalangan remaja, yaitu sebagai berikut: Taufik Rizky Umar seorang Wirausaha (24 thn), Muhammad Farhan seorang Mahasiswa dari Universitas Budi Luhur (20 thn), Gufron Fikri Umar seorang Mahasiswa dari Universitas Moestopo (20 thn), dan Hanindhita Nurfadillah seorang Mahasiswa dari Universitas Mercu Buana (22 thn)

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data diartikan sebagai suatu teknik atau cara untuk mengolah informasi ke dalam catatan agar ciri-ciri informasi tersebut menjadi lancar

untuk dikenali dan juga bermanfaat untuk menemukan jawaban atas masalah, yang terutama masalah yang terkait dengan penelitian. Untuk mereduksi data, reduksi data merupakan proses melengkapi data kemudian memilih data ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Sehingga menghasilkan data yang dapat disajikan dan kemudian disimpulkan serta diverifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Realitas sosial sebagai aktivitas untuk dapat pemahaman, makna, norma, aturan melalui komunikasi yang mendalam. Seperti munculnya *Character Coffee*, pengunjung yang datang pasti memiliki tujuan dan alasan pengunjung berkunjung ke kedai kopi yang mempengaruhi sebuah makna terhadap tempat tersebut, terciptanya makna kedai kopi yang kini lebih bermanfaat, adanya ruang publik di kedai kopi, tetapi timbulnya pengaruh positive dan negative terhadap budaya nongkrong di kedai kopi, serta terdapat nilai budaya yang terkandung ketika

melakukan aktivitas di kedai kopi yang berasal dari hasil wawancara 4 informan yang datang ke Character Coffee, sebagai berikut:

Makna Kedai Kopi bagi pengunjung

Terkait permasalahan, para informan menjelaskan bahwa terciptanya makna dari sebuah kedai kopi yang dapat dibuktikan dengan adanya aktivitas bermanfaat yang dilakukan oleh para pengunjung dari kalangan remaja ketika berada di kedai kopi. Pengunjung memaknai kedai kopi sebagai tempat yang paling enak untuk santai (*chill*), dapat diartikan juga menjadi sebuah ruang yang memberikan suasana baru, selalu menghadirkan konsep kedai kopi yang unik dan *Instagramable* karena pengunjung melihat dari konsep yang dibentuk dari kedai kopi tersebut seperti lingkungannya atau *circle* nya bagus dan menarik, sekaligus kedai kopi dijadikan sebagai tempat yang nyaman ketika bersama teman atau pacar.

Pengunjung lebih memilih kedai kopi sebagai tempat bertemu dan berkumpul karena harga kedai kopi lebih murah dibandingkan dengan restoran dan bar, serta menciptakan suasana

yang membaur dan memberikan hiburan dengan adanya *live music* atau musik yang di pemutar lagu yang membuat seseorang datang ke kedai kopi merasa kenyamanan, ketenangan, dan merasa terhibur. Makna kedai kopi juga diartikan oleh para pengunjung kedai kopi sebagai tempat yang menciptakan suasana santai dan nyaman sehingga dapat menambah wawasan baru dengan terbentuknya konsep yang beragam uniknya sehingga pengunjung berulang kali mengunjungi kedai kopi tersebut. Maka dari itu kedai kopi saat ini dimaknai sebagai ruang yang tidak hanya sebatas dijadikan tempat untuk minum kopi saja tetapi menjadi sebuah ruang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas yang memiliki fungsi lingkungan hidup. Ruang tersebut juga dapat digunakan oleh seluruh kalangan terutama kalangan remaja dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya serta akses bagi berbagai kondisi fisik manusia.

Dalam melakukan kegiatan penelitian terhadap pengunjung yang berada di lingkungan *Character Coffee*, merupakan salah satu hal utama dalam memberikan

informasi terkait ruang publik yang terdapat di kedai kopi bagi kalangan remaja yang ada di *Character Coffee* Rempoa ini. Dalam era modern dijamin sekarang ini munculnya sebuah tempat kedai kopi yang semakin menarik untuk dikunjungi dengan berbagai perspektif dari kalangan remaja mengenai suatu makna kedai kopi sebagai ruang publik, pengunjung menanggapi makna kedai kopi sebagai ruang publik yaitu diartikan berupa ruang yang dimanfaatkan oleh tiap kalangan remaja dengan berbagai kegiatan dan beragam konsep uniknya sehingga terciptanya suatu kenyamanan terhadap tempat tersebut.

Setelah adanya perubahan aktivitas yang dilakukan pengunjung yang tadinya memaknai kedai kopinya dijadikan sebagai tempat minum kopi saja, namun kini telah berubah menjadi tempat untuk melakukan sebuah aktivitas dalam menemukan suatu ide yang baru dan dapat berkumpul bersama teman secara bebas. Maka dari itu, pengunjung menanggapinya bahwa kedai kopi sebagai ruang publik itu menjadi sebuah tempat berkumpul, tempat yang memiliki ruang bertujuan untuk membentuk aktivitas

yang berguna seperti pengunjung dapat melakukan *meeting*, dapat dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi secara bebas, menemukan relasi baru dari tiap komunitas yang berbeda, serta membentuk ruang dengan konsep menarik yang disajikan oleh kedai kopi bertujuan supaya pengunjung mendapatkan inspirasi yang tidak ditemui di tempat lain

Implikasi Makna kedai Kopi dalam Tataran realitas

Terkait permasalahan, informan menjelaskan bahwa terciptanya makna dari sebuah kedai kopi yang dapat dibuktikan dengan adanya aktivitas bermanfaat yang dilakukan oleh para pengunjung dari kalangan remaja ketika berada di kedai kopi, tetapi hal tersebut tetap saja menimbulkan pengaruh *positive* dan *negative* dari setiap aktivitas yang terjadi karena adanya beberapa pengunjung menunjukkan kurangnya kesadaran terhadap penggunaan tempat dan fasilitas yang telah disediakan.

Dengan terciptanya makna kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja saat ini

akan menimbulkan pengaruh *positive* yang sangat bermanfaat dan berperan penting bagi kehidupan sehari-harinya seperti menambah relasi terhadap lingkungan baru, menambah kedekatan dengan teman, menjadi tempat bersilaturahmi dan berkumpul dengan teman yang sudah lama tidak bertemu, semakin banyak teman yang kita kenal, menambah ilmu dan wawasan terhadap pengunjung yang sesama berprofesi barista agar mendapatkan inspirasi-inspirasi baru dan kreatif, serta dapat dijadikan tempat untuk melakukan aktivitas seperti mengerjakan tugas atau pekerjaan yang belum diselesaikan dan melakukan *meeting* bersama teman kantor dengan konsep yang unik dan harga menu yang standar dibandingkan dengan restoran atau bar. Tetapi ada beberapa pengaruh *negative* yang kurang baik dalam menggunakan tempat dan fasilitas yang telah disediakan yaitu masih kurangnya kesadaran terhadap perilaku pengunjung akan kebersihan contohnya seperti ketika pengunjung dari toilet tetapi lupa untuk menyiramnya atau membuang tisu dilantai, kemudian putung rokok pun yang dibuang ke bawah tidak pada tempatnya. Dan

masih banyak juga pengunjung yang membawa minuman dari luar yang berjenis alkohol dan lainnya untuk dapat dinikmati bersama temannya ketika sedang berada di kedai kopi. Hal-hal yang telah dijelaskan dalam pembahasan ini terbentuk dari pengetahuan tiap individu yang semakin berkembang sehingga aktivitas yang dilakukan pun sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang dimilikinya.

Makna Nilai Budaya Di Kedai Kopi

Hal tersebut tidak terlepas dengan adanya nilai budaya yang terkandung dari terciptanya suatu makna tempat kedai kopi sekaligus terbentuknya beragam aktivitas yang terjadi. Nilai budaya yang terkandung dalam melakukan aktivitas di kedai kopi itu cukup banyak dari segi konsep tempatnya, suasana yang diberikan, inovasi dan perpaduan yang dicampurkan dalam bentuk kedai kopi tersebut, dan makna yang diciptakan dari kedai kopi tersebut. Nilai budaya yang dimaksud yaitu ketika zaman dahulu pengunjung berkumpul langsung datang di warung kopi biasa sambil menikmati kopi

saja, sedangkan di zaman sekarang pengunjung berkumpul dengan menikmati kopi sambil melakukan aktivitasnya di kedai kopi, dengan konsep yang modern dan unik sehingga dapat dijadikan untuk *update* status disosial media.

KESIMPULAN

Dari seluruh proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini terkait teori konstruksi realitas sosial. Makna kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja kini bergeser menjadi lebih bermanfaat, saat ini pengunjung tidak lagi memaknai kedai kopi hanya sebagai tempat minum kopi semata tetapi menjadi sebuah tempat yang dapat untuk mencari hiburan ketika merasa jenuh dan bosan di rumah, melakukan aktivitas dengan suasana nyaman dan lingkungan sekitar juga mendukung sehingga pengunjung merasakan kenyamanan yang diciptakan dari kedai kopi tersebut. Aktivitas yang biasa dilakukan oleh pengunjung ketika berada di kedai kopi yaitu untuk bertemu dan berkumpul bersama teman, mengerjakan tugas atau pekerjaan yang belum diselesaikan, serta

tempat untuk mencari hiburan ketika merasa jenuh dan bosan di rumah.

Hal tersebut tidak terlepas dengan adanya nilai budaya yang terkandung dari terciptanya suatu makna tempat kedai kopi sekaligus terbentuknya beragam aktivitas yang terjadi. Nilai budaya yang dimaksud yaitu ketika zaman dahulu pengunjung berkumpul langsung datang di warung kopi biasa sambil menikmati kopi saja, sedangkan di zaman sekarang pengunjung berkumpul dengan menikmati kopi sambil melakukan aktivitasnya di kedai kopi, dengan konsep yang modern dan unik sehingga dapat dijadikan untuk *update* status di sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. (2018). *4 Pilar Jurnalistik*. Jakarta: Prenada mediaGroup.
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi Di Era Siber*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- LittleJohn, S. W. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: SalembaHumanika.
- McLeod, R. (2010). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- West Richard, & L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- JURNAL :**
- Ananda Rahmi Lisa, & K. F. (2017). Studi Kasus : Kematangan Sosial PadaSiswa Homeschooling. *JurnalEmpati (Online)*, Jilid 6 (No.1).(<https://media.neliti.com/media/publications/69896-ID-studi-kasus-kematangan-sosial-pada-siswa.pdf>).
- Baihaqi, A. I. (2014). Potret Warung Kopi Di Kawasan KotaGresik Sebagai Media Ruang Publik. *Jurnal KajianKomunikasi Publik ProdiIlmu Komunikasi(Online)*, Jilid1 (No.6). (<http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/9-Final-Baihaqi.pdf>).
- Eliza, T. (2019). Strategi Umpan Balik Sebagai Alternatif Strategi Pembelajaran, Penerapan, dan Tantangan. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia(Online)*, Jilid7(No.2).(<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/jpbsi/article/download/7447/3368>), diakses 16 April 2022.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal HumanikaKajian Ilmiah Mata Kuliah Umum (Online)*, Jilid 21 (No.1). (https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/download/38075/pdf_1).
- Fauzi, E. P. (2019). Kedai Kopi Dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern. *Jurnal Jurnalisa (Online)*, Jilid 5 (No.1).(https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/download/38075/pdf_1).
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqaifiyyat(Online)*, Jilid 13 (No.1).(<https://ejournal.uin-suka.ac.id/adab/thaqaifiyyat/article/download/43/42>).
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik : Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Masyarakat Maritim(Online)*, Jilid 1 (No.1). (<https://media.neliti.com/media/publications/327887-kedai-kopi-sebagai-ruang-publik-studi-te-bee6d6c3.pdf>).
- Karman. (2015). Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger). *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (Online)*, Jilid5(No.3).(<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jppki/article/download/600/381>).
- Lukitaningsih, & J. D. (2021). Warung Kopi Sebagai Ruang Publik Dari Masa Ke Masa Di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial (Online)*, Jilid13 (No.1). (<https://www.researchgate.net/publication/352498105>).
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam

- Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Jurnal Ilmu Komunikasi (Online), Jilid 4* No.1).([https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2016/03/Jurnal%20Fenny%20Oktavian%20\(03-02-16-08-53-37\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2016/03/Jurnal%20Fenny%20Oktavian%20(03-02-16-08-53-37).pdf)).
- Pramelani, & L. A. (2019). Program Employee Gathering "Satukan Hati Selaraskan Tujuan" Dalam Menjalin Hubungan Baik Karyawan. *Jurnal Abdimas BSI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Online), Jilid 10* (No.1). (<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ikom>).
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial (Online), Jilid 1* (No.2). (<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179>).
- Purwanto, E. (2014). Privatisasi Ruang Publik Dari Civic Centre Menjadi Central Business District (Belajar dari Kasus Kawasan Simpang Lima Semarang). *Jurnal Tata Loka (Online), Jilid 16* (No.3). (<https://ejournal2.undi.p.ac.id/index.php/tataloka/article/download/252/169>).
- Putera, A. W. (2019). Kajian Mengenai Rumah Kopi Sebagai Ruang Publik Di Keramaian Kota Kawasan Blok M. *Jurnal STUPA : Sains, Teknologi, urban (Online), Jilid 1* (No.1). (<https://journal.untar.ac.id/index.php/jstupa/article/download/4345/4555>).
- Putro, K. Z. (2017). Memahami Ciri Dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Jurnal Aplikasi Ilmu Agama (Online), Jilid 17* (No.1). (<http://ejournal.uinsuka.ac.id/pusat/aplikasia/article/download/201703/1180%2B%26cd%3D1%26hl%3Did%26ct%3Dclnk%26gl%3Did%26client%3Dfirefox-b-ab>).
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah (Online), Jilid 17* (No.33). (<http://jurnal.uin-tasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/viewFile/2374/1691>).
- Rugoyah, H. S. (2021). Stratego Branding Bandung GiriGahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Purnama Berazam (Online), Jilid 2* (No.2). (<https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/ILKOM/article/view/342/212>).
- Setianingsih N. Diah, T. & Y. (2015). Comparison of Adolescent Self-Concept Who Have Single Parents Men and Women in SMA 76 Jakarta. *Jurnal Family Edu (Online), Jilid 1* (No.2). (<https://ejournal.upi.edu/index.php/familyedu>).
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis (Online), Jilid 2* (No.1). (<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/441/394>).
- Yohanda, R. (2020). Metode Studi Kasus : Upaya-Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMANegeri 14 Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam (Online), Jilid 19* (No.1). (<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/kordinat/article/download/17178/7725>).
- Zellatifanny Medika Cut, & M. B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom (Online), Jilid 1* (No.2). (<https://media.neliti.com/media/publications/278580-tipe-penelitian-deskripsi-dalam-ilmu-kom-a74b7b08.pdf>).