

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Para penikmat kopi tidak dapat memungkiri bahwa mereka terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dengan berkembangnya kedai kopi dan perubahan gaya hidup, masyarakat membutuhkan ruang dengan suasana baru. Ini adalah ruang yang dapat menampung semua bidang kehidupan, tetapi masih ada kopi untuk menggabungkannya. Penikmat kopi telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Dahulu, penikmat kopi di warung kopi hanya sebatas Bapak-Bapak dan Kakek-Kakek yang cenderung sama dengan laki-laki. Tapi itu sangat berbeda dengan apa yang terjadi hari ini. Namun kini, penikmat kopi tidak hanya kaum pria saja, tetapi juga kaum wanita seperti remaja, dewasa, dan orang tua. Kedai kopi saat ini tidak hanya menyediakan minuman kopi yang disuguhkan untuk penghilang kantuk, tetapi juga memiliki berbagai fasilitas seperti *free WiFi*, menyediakan *steker* atau colokan listrik, ruang pertemuan, dan live musik.

Fenomena kedai kopi sebagai fenomena kultural yang hidup di kalangan remaja telah menjadi sarana publik untuk berinteraksi dan berdiskusi yang terus berkembang sudah menjadi tempat berkumpulnya kalangan remaja dalam melakukan aktivitas kesehariannya dengan latar belakang pengguna yang begitu

beragam. Namun, yang kini paling eksis dari eksistensi saat ini yaitu melakukan penelitian mengenai kedai kopi bukan hanya sekedar penikmat kopi saja, akan tetapi sebagai tempat nongkrong, tempat menyantap makanan dan minuman, dapat menjadi 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, misalnya untuk mengadakan rapat non formal atau formal pun bisa, tetapi kebanyakan yang berada di kedai kopi memang kebanyakan dari kalangan remaja. (Juliani, 2021:11)

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kajian 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 kota Tangerang, 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.

Berbeda dengan konsep kafe atau *coffee shop* lain yang hanya mengenalkan pengunjung pada konsep pada tempat kopinya saja dengan desain interior yang menarik dan *instagramable*, hal yang menarik dari *Character Coffee*

yaitu dengan membentuk konsep yang sesederhana (*simple*) mungkin dikarenakan kedai kopi berada di daerah perkantoran. Ide yang terbentuk menjadi sebuah konsep yaitu seperti ketika seseorang datang ke kedai kopi, kemudian membeli, dan bisa langsung membawa ke kantornya masing-masing. Hal tersebut bertujuan agar dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dibandingkan yang lainnya dan juga pengunjung yang sedang bekerja ketika di kantor dapat dengan mudah menikmati kopi untuk menghilangkan rasa kantuk.

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.

Kedai kopi ini memiliki dua fasilitas yaitu fasilitas *indoor* dan fasilitas *outdoor*. Fasilitas *indoor Character Coffee* bisa dibilang sangat nyaman karena terdapat beberapa lukisan yang unik dilengkapi dengan *Wifi* dengan koneksi internet yang lancar dan bagus, dengan meja terbuat dari perpaduan kayu dan besi yang dibentuk persegi dan tempat duduk yang menyerupai *amphitheater*

(berbentuk lingkaran, setengah lingkaran, dan oval), serta mejanya diberi hiasan dengan sepucuk tanaman yang dipadukan dengan gelas untuk membuat pengunjung tertarik. Sedangkan fasilitas *outdoor Character Coffee* tentunya tidak kalah nyaman karena terdapat banyak tanaman yang berwarna hijau memenuhi dinding ruko *coffee shop* tersebut dan ditambah dengan tempat duduk dan meja terbuat dari perpaduan kayu dan besi yang dibentuk berbeda dengan area *indoor* yaitu model persegi panjang berguna untuk memberikan suasana nyaman, sejuk, dan tampak asri sekaligus memiliki tempat parkir yang sangat luas. Hal tersebut disediakan secara khusus untuk pengunjung yang bertujuan agar terciptanya kenyamanan ketika melakukan aktivitas seperti berkumpul dan mengerjakan tugas atau pekerjaan, serta memberikan suasana santai dalam menikmati lingkungan sekitar kedai kopi tersebut.

Kedai kopi saat ini jika dilihat secara langsung tidak pernah sepi dengan pengunjung, faktor yang dapat mempengaruhinya mungkin dikarenakan para remaja yang selalu terkait dalam hal kebiasaan berkumpul dan nongkrong itu sendiri bukan dikarenakan menikmati kopi saja akan tetapi dikarenakan tempatnya nyaman, luas, atau dapat dijadikan sebagai tempat menghilangkan rasa jenuh dan bosan ketika di rumah. Tidak hanya itu saja, kedai kopi zaman sekarang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menemukan inspirasi dalam mengerjakan sesuatu disebabkan tempat tersebut memberikan suasana dengan kenyamanan dan keunikan dari kedai kopi tersebut.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan di belahan dunia membuktikan bahwa melihat fenomena kedai kopi ini sebagai “tempat ketiga“ setelah rumah dan kantor, sebagai salah satu institusi yang menciptakan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Di samping itu, perkembangan dari salah satu kedai kopi melihat adanya suatu keuntungan yang didapat dari fenomena “tempat ketiga“ ini terhadap peluang dan keuntungan bagi hubungan yang terbentuk dari para konsumen dengan para karyawan dengan kebutuhan publik tersebut. Saat ini kedai kopi tidak hanya didominasi oleh pria dan para dewasa saja, tetapi kaum wanita dan kalangan remaja juga menghabiskan waktunya di kedai kopi. Kedai kopi kini menjadi salah satu pilihan yang menarik bagi seluruh kalangan untuk tempat berkomunikasi. Fungsi kedai kopi saat ini telah berubah dari yang tadinya hanya tempat minum kopi saja menjadi sejenis ruang sosial, tempat tukar menukar informasi. (Putera, 2019:834)

Jika kita perhatikan, beraneka ragam orang yang senantiasa duduk dan beraktivitas di kedai kopi. Terlihat dari yang muda sampai yang tua, laki-laki dan perempuan, kaya hingga miskin, dan berbagai latar belakang seseorang seperti suku bangsa, pekerjaan, dan pendidikan. Interaksi sosial yang terjadi di kedai kopi tidak hanya terjadi antara penjual dan pembeli saja, tetapi interaksi juga terjadi dengan mereka yang tidak saling kenal. Hal ini biasanya dikarenakan adanya pembicaraan yang menarik di sebuah meja yang menarik orang dari meja lain yang juga mendengar ikut berpendapat dalam pembicaraan tersebut meskipun mereka tidak saling kenal. Hal ini lah yang menunjukkan begitu sangat demokratisnya kedai kopi ini dalam aktivitas pengunjungnya.

Beragam aktivitas yang berlangsung di kedai kopi akan menimbulkan interaksi sosial yang tidak sedikit, hal ini akan semakin bermakna ketika interaksi sosial tersebut menghasilkan jaringan sosial baru dan memperkuat hubungan sosial yang telah ada sebelumnya. Aktivitas yang terjadi di kedai kopi tersebut juga semakin bermakna dengan semakin bertambahnya informasi atau pengetahuan seseorang dari hasil beraktivitas di kedai kopi. Walaupun tetap saja ada sebagian kelompok orang yang menganggap aktivitas yang lama di kedai kopi merupakan aktivitas yang mubazir atau sia-sia. (Igiarsi, 2017:20)

Pada umumnya kegemaran berkumpul (*nongkrong*) di sebuah kedai kopi banyak terjadi di kalangan remaja. Hal tersebut remaja mengansumsikan kedai kopi sebagai ruang publik. Kedai kopi banyak memberikan layanan sebagai terciptanya interaksi sosial, kedai kopi juga ditinjau memberi kesempatan pada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau menghabiskan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil.

Juliani (2021:12) mengatakan, Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang saling keterkaitan. Bagaikan dua sisi mata uang. Budaya mempengaruhi pola pikir, perilaku serta cara berkomunikasi individu. Begitu pula komunikasi sebagai alat untuk mengelola, mengembangkan, mensosialisasikan serta mewariskan budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Keterkaitan antara budaya dan komunikasi, dikenal sebagai teori yang kerangka kerjanya mengkonseptualisasi bentuk atau fungsi budaya sebagai untuk mengatur makna serta ideal yaitu teori kode berbicara (*speech code theory*). Teori ini dikembangkan untuk

mengidentifikasi seseorang ketika berbicara dan memilih hubungan komunikasi pada sebuah ruang lingkup pada kalangan tertentu (*particular speech community*).

Masa remaja diartikan sebagai transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang biasanya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada akhir remaja atau awal 20-an. Namun kini, batas usia 11-24 tahun yang belum menikah digunakan di Indonesia karena mendefinisikan remaja membutuhkan adaptasi dengan budaya lokal. Pada usia tersebut, rata-rata semua remaja bersekolah hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Pada masa remaja akhir, orang tua cenderung berpikir bahwa mereka hampir dewasa dan akan memasuki dunia kerja orang dewasa. (Putro, 2017:25)

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. Sebagai tempat berkumpul dan berkomunikasi, kedai kopi merupakan tempat umum dimana kesetaraan dapat diciptakan diberbagai lapisan kalangan remaja di Rempoa, menunjukkan kebebasan berekspresi dalam berkomunikasi. Ini akan menjadi tempat berbagi informasi dengan kalangan remaja di daerah Rempoa, Tangerang Selatan.

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. Ruang publik memainkan peran penting dalam demokrasi karena orang bebas mengekspresikan argumen dan sikapnya tanpa batasan atau pembedaan. Memang ruang publik membuktikan bahwa peran ruang publik sebagai tempat atau tempat pertukaran informasi oleh orang-orang serta interaksi dan komunikasi dengan sesama manusia dapat menciptakan ciri kehidupan sosial individu. Individu di depan umum selalu membahas kepentingan sosial, dan individu di publik sedikit banyak selalu berurusan dengan isu-isu yang berkembang atau hangat diperdebatkan di media arus utama.

Hubungan dengan ruang publik dengan penelitian tersebut yaitu bahwa dengan perkembangan informasi yang semakin canggih, masyarakat membutuhkannya. Informasi dapat dipertukarkan kapan saja, dimana saja. Pertukaran informasi pribadi dan komunikasi yang berkesinambungan membutuhkan ruang untuk saling bertukar pendapat. 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.

Terciptanya ruang publik dalam kehidupan sosial masyarakat dapat dilakukan dimana saja, termasuk kedai kopi. Kedai yang dulunya menjual makanan dan kopi, kini mulai berubah fungsi dan dimanfaatkan warga sekitar sebagai tempat umum oleh banyak lapisan masyarakat. Status sosial seorang individu ketika berada di kedai kopi dilepaskan untuk menyamakan statusnya sebagai individu yang bebas. (Sofyan, 2014:72)

Semua lapisan masyarakat terintegrasi menjadi satu dan memiliki tujuan yang sama untuk berkomunikasi dan bertukar informasi di kedai kopi. Perkembangan zaman membawa dampak yang signifikan terhadap pergeseran kedai kopi yang mulai digunakan sebagai tempat umum oleh banyak lapisan masyarakat. Status sosial seorang individu ketika berada di kedai kopi dilepaskan untuk menyamakan statusnya sebagai individu yang bebas. (Sofyan, 2014:72)

Percakapan di kedai kopi ini bervariasi dari satu daerah ke daerah lain. Melalui pertukaran informasi yang terjadi, masyarakat yang menggunakan kedai kopi sebagai tempat umum dapat mendiskusikan berbagai hal. Jumlah kedai kopi

di daerah Rempoa, Tangerang Selatan kini cukup banyak. Meningkatnya kedai kopi di sudut-sudut daerah Rempoa, Tangerang Selatan menunjukkan bahwa masyarakat di Rempoa lebih suka nongkrong di kedai kopi. Ini sebenarnya fenomena yang ada. Masyarakat yang selalu berkumpul dan berkomunikasi di kedai kopi merasa sangat santai dan nyaman dengan suasana kedai kopi, semakin memudahkan proses komunikasi. Banyak kedai kopi yang pasti ramai pengunjung, lokasi, serta suasana menentukan jumlah pengunjung, jadi masyarakat tergantung dari lokasi tokonya dan harga murah yang dapat dijangkau oleh masyarakat.

Selanjutnya, bahkan kedai kopi menjadi sarana komunikasi dan sumber informasi bagi kalangan remaja dikarenakan terciptanya budaya minum kopi yang awalnya hanya untuk sekedar berkumpul saja namun kini menjadi tempat menemukan sarana komunikasi, sumber informasi, dan menjadi tempat menemukan inspirasi dalam mengerjakan sesuatu di ruang yang terdapat di kedai kopi tersebut. Hal ini terbentuk disebabkan oleh adanya perubahan sosial demi terciptanya suatu kebutuhan sosial menjadi modern.

Seperti diketahui bersama, bahwa gaya hidup merupakan suatu bentuk keseluruhan diri seseorang ketika berinteraksi bersama lingkungannya. Gaya hidup membentuk interaksi seseorang dengan lingkungannya dalam artian gaya hidup dapat dikenal dengan cara melihat aktivitas, minat dan pandangan (*opini*) seseorang dalam kehidupan sehari-harinya.

Selain untuk gaya hidup pada umumnya minum kopi menjadi salah satu kebiasaan atau bisa dikatakan hobi seseorang untuk kepuasan hati. Disini banyak yang salah mengartikan bahwa minum kopi di kedai kopi semata-mata hanya menginginkan opini dari orang lain banyak juga berkesimpulan dengan minum kopi membuat kelas sosial menjadi naik, maka dari itu penulis ingin membuktikan kebenaran dari fenomena tersebut.

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. Dalam artian bahwa dengan hanya datang ke kedai kopi dan memesan secangkir kopi masing-masing individu dapat menikmati suasana nyaman, memberikan ketenangan, serta kebebasan dalam berkumpul bersama teman dan melakukan beragam aktivitas yang ingin dilakukan oleh pengunjung hingga waktu yang cukup lama. Banyaknya sebagian masyarakat penikmat kopi terutama kalangan remaja yang berkunjung di kedai kopi inilah yang membuat penulis tertarik ingin mengetahui makna judul terkait dengan Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Bagi Kalangan Remaja.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Bagi Kalangan Remaja di *Character Coffee*, Rempoa, Tangerang Selatan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian dibentuk karena adanya tujuan penelitian yang akan dicapai. Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

Untuk mengetahui Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Bagi Kalangan Remaja di *Character Coffee*, Rempoa, Tangerang Selatan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi, dan nantinya penelitian ini juga sebagai wawasan pengetahuan diri Mahasiswa dan memberikan pengaruh positif dalam kepribadian.

Selain itu, agar dapat mengembangkan Ilmu Jurnalistik serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi peneliti lain dengan tema sejenis pada penelitian tentang realitas ruang publik sebagai sarana komunikasi dan sumber informasi. Diharapkan pula dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi studi ruang publik dan menjadi referensi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan pembaca dalam memahami penelitian ruang publik terutama yang menggunakan metode studi kasus.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini menjadi masukan bagi penulis, pemangku kepentingan, dan juga masyarakat luas umumnya dan sebagai inspirasi sehingga memahami bahwa sebagai ruang publik yang ideal harus menjadi sarana bagi perkembangan, sarana komunikasi, dan sumber informasi melalui partisipasi diruang publik tersebut. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai makna kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja.