

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan derasnya arus globalisasi menimbulkan terjadinya perubahan gaya hidup, terutama pada masyarakat perkotaan. Gaya hidup di perkotaan saat ini dipengaruhi oleh kesibukan masyarakat dalam pekerjaan, baik dalam sektor industri, pendidikan, dan perdagangan yang menyita waktu lebih banyak. Hal ini berbeda dengan masyarakat pedesaan yang memiliki waktu lebih luang, jarak tempuh yang lebih dekat dan hubungan dengan kerabat dan keluarga lebih erat karena masih banyak yang tinggal satu rumah atau berdekatan, sehingga interaksi masyarakat pedesaan relatif masih lebih baik dibandingkan dengan interaksi masyarakat di perkotaan. Mobilitas dan kesibukan yang padat dari masyarakat perkotaan tersebut menimbulkan tumbuhnya kebutuhan akan suatu sarana atau tempat untuk melepas penat setelah melakukan kegiatan sehari-hari ataupun sekedar untuk mengisi waktu luang. Aktivitas yang dilakukan untuk melepas penat tersebut mulai dari bersantai-santai sambil makan dan minum, mendengarkan musik, hingga berkumpul dan bersama teman-teman maupun kerabat terdekat. Salah satu tempat yang banyak dikunjungi untuk melepas penat tersebut adalah kedai kopi atau yang dalam Bahasa Inggris disebut *coffee shop*.

Coffee shop adalah suatu tempat atau ruangan yang dikelola secara sederhana atau dengan manajemen terstruktur yang memberikan pelayanan secara komersil dengan baik kepada tamunya berupa berbagai jenis hidangan serta pelengkap yang menunjang tempat tersebut.¹ Senada dengan Marsum, dikatakan bahwa *coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai macam jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana yang santai, tempat yang nyaman, serta biasanya dilengkapi dengan

¹ Marsum W.A., 1993. Restoran dan Segala Permasalahannya , Andi offset, Yogyakarta

alunan musik, baik melalui pemutar ataupun *live music*, menyediakan fasilitas televisi dan bacaan, interior yang khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa tempat juga menyediakan koneksi internet.² Dari kedua hal tersebut, peneliti melihat bahwa *coffee shop* tidak hanya dijadikan pilihan untuk menikmati kopi saja, namun dapat dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, tempat menggelar pertemuan, tempat berinteraksi dengan teman, dan tempat bersantai menyaksikan pertunjukan musik. *Coffee shop* saat ini dianggap sesuai dengan tren gaya hidup kaum urban yang didominasi anak muda. Suasana yang nyaman untuk bersantai, pilihan menu yang beragam dengan harga yang bervariasi, hingga fasilitas-fasilitas yang tersedia menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat perkotaan untuk bersantai bersama kerabat atau teman dekat setelah penat melakukan aktivitas sehari-hari.

Perkembangan *coffee shop* di Karawang berawal dari pertumbuhan ekonomi dan perkembangan industri di wilayah tersebut, dimana Karawang telah menggeser Jakarta dan Bekasi serta berkembang menjadi kawasan Industri skala besar dengan banyaknya pembangunan pabrik baru. Karawang banyak mengalami perkembangan sosial secara dinamis menjadi kota industri.

sejak tahun 1990-an, dan banyak penduduknya mulai beralih profesi dari petani menjadi buruh pabrik dan pedagang. Hal ini juga mengakibatkan banyaknya pendatang dari sektor industri, yang tidak hanya sekedar bekerja di Karawang, namun juga kemudian tinggal dan menetap dalam waktu cukup lama di sana. Pendatang baru dari sektor Industri ini banyak didominasi oleh pegawai muda baik dari dalam dan luar negeri. Selain itu, adanya universitas negeri di Karawang yang didominasi oleh mahasiswa dari berbagai daerah dari luar Karawang juga turut menyumbang perkembangan sosial baru di Karawang, dimana gaya hidup untuk bersantai selepas bekerja dan kuliah menjadi tren tersendiri di kalangan anak muda. Hal inilah yang

² Elly Herlyana, Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda

kemudian membuka peluang bagi tumbuhnya tempat-tempat nongkrong bagi mereka yang didominasi usia muda, salah satunya adalah *coffee shop*.

Besarnya minat masyarakat muda ini untuk memanfaatkan fasilitas di *coffee shop* dibaca sebagai peluang usaha yang menjanjikan, sehingga makin banyak pengusaha membuka *coffee shop* di Karawang. Di tengah semakin maraknya *coffee shop* di Karawang, banyak pula pengusaha yang ikut membuka *coffee shop* lokal, yang berlokasi di salah satu pusat keramaian di Karawang. *Coffee shop* ini menawarkan suatu tempat yang dapat dijadikan sarana berkumpul kaum muda karena dirancang dengan gaya modern, menarik dan mengasyikan, dan dilengkapi juga dengan berbagai fasilitas penunjang seperti fasilitas wifi gratis bagi pengunjung. Segala fitur yang ditawarkan ini menjadikan *coffee shop* sebagai pilihan tempat *nongkrong* kaum muda untuk menikmati kopi, menikmati hiburan *live* akustik, *nonton bareng* pertandingan sepakbola, dan kompetisi *e-sport*, yang sekaligus juga dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas maupun berbisnis dan interaksi sesama teman dan berbagai komunitas kaum muda. Berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh *coffee shop* inilah yang hingga saat ini membuat *coffee shop* menjadi tempat yang selalu ramai dikunjungi pelanggan dengan berbagai tujuan.

Di lihat dari keragaman aktivitas dan latar belakang serta status pengunjung *coffee shop* ini, maka *coffee shop* menunjukkan perannya sebagai ruang sosial. Hal ini sejalan dengan terminologi bahwa ruang sosial timbul karena adanya hubungan-hubungan yang terjalin antar manusia dan kemudian direproduksi kembali sebagai sarana pemikiran dan tindakan dalam berhubungan dengan manusia yang lain. Ruang sosial dan tindakan manusia mempunyai ikatan yang dialektis, dimana manusia memanipulasi

tindakannya dalam berinteraksi dengan manusia yang lain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.³

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *coffee shop* sebagai ruang interaksi sosial masyarakat Karawang, khususnya anak muda. Pada penelitian ini penulis melihat bahwa pengunjung *coffee shop* banyak didominasi oleh anak muda, baik yang berstatus sebagai mahasiswa, pegawai, maupun wirausahawan. Peneliti ingin mengetahui Bagaimana Kriteria coffeshop yang nyaman dalam pandangan masyarakat Karawang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Mengapa *coffee shop* menjadi ruang interaksi sosial masyarakat ?
2. Bagaimana kriteria *coffee shop* yang nyaman sebagai ruang interaksi dalam pandangan masyarakat?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Menjelaskan faktor apa saja yang menyebabkan *coffee shop* menjadi ruang interaksi sosial masyarakat
2. Menjelaskan bagaimana kriteria *coffee shop* yang nyaman sebagai ruang interaksi dalam pandangan masyarakat

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis adalah untuk menambah pengetahuan dan kajian dalam sosiologi khususnya membahas Distingsi dari Pierre Bordieu .

³ terj. Nicholson-Smith, D. 1991. The Production of Space. Oxford: Basil Blackwell Ltd.

Penulis berharap dapat menyampaikan pemahaman mengenai Distingsi masyarakat dalam memilih coffee shop sebagai ruang interaksi dalam sosial masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberi pengetahuan terhadap praktik interaksi sosial yang dilakukan masyarakat di *coffee shop* dan bagaimana *coffee shop* menarik dalam pandangan masyarakat. Penulis berharap dapat menyampaikan bagaimana praktik interaksi sosial di *coffee shop* dan bagaimana kriteria *coffee shop* yang menarik dalam pandangan masyarakat.

1.5. Tinjauan Penelitian Sejenis

Metode penulisan kajian literatur ini adalah dengan pengumpulan data sekunder. Literatur yang dipakai adalah literatur ilmiah berupa jurnal penelitian ilmiah, baik nasional maupun internasional. Proses penulisan dalam penelitian ini dimulai dengan membaca, meringkas serta menyimpulkan hasil dari bacaan yang terdapat di jurnal, yang kemudian dijadikan konsep dalam yang digunakan sebagai acuan dalam menulis penelitian ini. Berikut adalah penjabaran dari tinjauan penelitian sejenis yang penulis gunakan sebagai acuan pada penulisan skripsi ini.

Penelitian pertama berupa jurnal nasional yang ditulis oleh Athaur Rahmi, I Nengah Punia, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi pada tahun 2019 dengan judul “Interaksi Sosial Barista dan Konsumen di Kopi Seduh Jenar, Denpasar Selatan”.

Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif dengan tujuan memberikan gambaran umum tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari informan. Metode kualitatif dipilih karena penulis ingin mendapatkan informasi berikut data-data mendalam berkenaan dengan interaksi sosial antara Barista dan Konsumen Kopi Seduh Jenar.

Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik, yang menurut Blumer interaksi yang terjadi di antara manusia merupakan tipe interaksi yang khas karena manusia saling menerjemahkan, menafsirkan, dan mendefinisikan tindakan satu sama lain. Tanggapan seseorang, tidak dibuat secara langsung atas tindakan itu, tetapi didasarkan atas “makna” yang diberikan. Interaksi dijumpai oleh penggunaan simbol, penafsiran, dan penemuan makna tindakan orang lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana interaksi sosial yang terjadi di Kopi Seduh Jenar, Denpasar antara barista dan konsumen. Interaksi tersebut memperlihatkan simbol-simbol yang akan dimaknai oleh barista maupun konsumen.⁴

Penelitian ini bermanfaat untuk penelitian sejenis yaitu interaksi sosial. Permasalahan dalam penelitian ini melihat bagaimana interaksi sosial yang terjadi di *coffee shop* dan mengaitkan pada konsep yang digunakan sehingga dapat menentukan permasalahan yang sedang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar merupakan interaksi sosial yang bersifat asosiatif dan meliputi mekanisme kerjasama (*cooperative*) dan akulturasi. Simbol yang digunakan dalam interaksi sosial antara barista dengan konsumen Kopi Seduh Jenar adalah simbol bahasa yang terwujud dalam bahasa lisan, gestur, tindakan serta bahasa berupa gambar dan tulisan dalam media sosial *Instagram*.

Penelitian kedua ditulis oleh Gischa Joelita Eka Putri pada tahun 2013. Peneliti tersebut berjudul “Fungsi Coffee Shop Bagi Masyarakat Surabaya” Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana masyarakat Surabaya melihat fungsi *coffee shop*

⁴ Rahim, A., Punia, N., Made, N., & Mahadewi, A. S. (n.d.). *Interaksi Sosial Barista Dan Konsumen Di Kopi Seduh Jenar, Denpasar Selatan*.

sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan seperti memperluas pergaulan, rapat, dan pertemuan bisnis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penggunaan metode kualitatif ini dikarenakan peneliti berkeinginan untuk mengetahui dan menelaah suatu latar belakang tentang adanya peranan nilai pada suatu *coffee shop* sebagai tempat untuk memperoleh *prestige* dan kesenangan, dan sikap masyarakat Surabaya sebagai konsumen *coffee shop*, dan persepsi konsumen secara mendalam mengenai fungsi *coffee shop*.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fungsionalisme yang berguna untuk menganalisis fungsi *coffee shop* bagi tiap-tiap konsumen yang menghabiskan waktu luangnya di tempat tersebut.

Hasil dari penelitian ini adalah *coffee shop* dalam kehidupan yang modern saat ini tengah menjadi salah satu sarana untuk seseorang memperluas pergaulannya. Keberadaan *coffee shop* yang tidak semata-mata hanya difungsikan untuk membeli atau memperoleh minuman kopi yang benar, bukan hanya sekedar kopi *sachet* saja.⁵

Penelitian ketiga ditulis oleh Oktaviani Dwi Prihandini, Pambudi Handoyo pada tahun 2014. Penelitian tersebut berjudul “Pola Interaksi Simbolik Barista”. Penelitian ini berfokus pada interaksi simbolik para barista dengan sesama barista dan konsumen serta membongkar simbol yang digunakan oleh para barista dalam berinteraksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami berbagai hal yang dilakukan oleh subyek penelitian dan memperoleh informasi yang sifatnya mendalam dari subyek. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah interaksionisme simbolik yaitu menekankan pada makna yang mendasari perilaku dan tingkah laku manusia.

⁵ Joelita, G., & Putri, E. (2013). Fungsi Coffe Shop Bagi Masyarakat Surabaya. In *AntroUnairDotNet* (Vol. 2, Issue 1).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola interaksi simbolik yang dilakukan oleh barista dipengaruhi oleh adanya *space and time*. *Space* atau ruang adalah situasi tertentu dimana barista dapat mengembangkan pola interaksinya, seperti menggunakan simbol-simbol dalam berkomunikasi dengan barista yang lain⁶

Penelitian keempat ditulis oleh Stirena Rossy Tamariska dan Agus S. Ekomadyo pada tahun 2017. Penelitian tersebut berjudul “Place-Making Ruang Interaksi Sosial Kampung Kota”. Penelitian ini melihat bagaimana masyarakat Kampung Kota masih memperjuangkan budaya bersama di tengah keterbatasan lahan yang mereka miliki. Mereka dituntut berfikir bagaimana membuat sebuah ruang yang dapat mewadahi kegiatan interaksi sosialnya.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat semi-grounded dan kualitatif untuk mengungkap fenomena ruang yang terjadi di Kampung Kota. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan cara pengamatan langsung dengan alat bantu rekam berupa foto, video, rekaman suara, dan catatan.

Analisis data dilakukan melalui proses identifikasi lokasi, pelaku, dan waktu interaksi sosial di Kampung Kota. Dari pengamatan dan wawancara dicari kata kunci yang menjadi konsep tentang lokasi tersebut, kemudian diklasifikasikan berdasarkan teori Lefebvre “Conceptual Triad of Social Space Production”.

Kesimpulan dalam penelitian Studi Place Making ini menggunakan social-constructivism. Interaksi sosial menjadi kebutuhan masyarakat yang memerlukan wadah yang dapat menunjang kualitas interaksi. Dalam kasus ini masyarakat melakukan

⁶ Prihandini, O. D. (2014). Pola Interaksi Simbolik Barista. *Paradigma*, 2(2).

konstruksi ruang interaksi yang lahir dari representasi aktivitas sosial di kampung mereka.⁷

Penelitian kelima ditulis oleh Rizky Raphoksi pada tahun 2016. Penelitian ini berjudul “Jaringan Sosial Barista Folks Coffe Tea Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena terbentuk jaringan sosial barista Folks Coffee Tea Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui pengamatan berpartisipasi. Observasi ini dicirikan dengan adanya interaksi sosial yang intensif antara sang peneliti dengan subjek penelitian, yang merupakan pendekatan memahami entitas subjek penelitian, dari sudut pandang "dari dalam" (emik). Peneliti ikut menceburkan diri dalam kehidupan dan situasi mereka.

Hasil dari penelitian ini adalah salah satu manifestasi gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang nongkrong di kafe atau *coffee shop*. Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal. Para barista ini akan mendapatkan pengakuan secara moral oleh masyarakat luar, bahwa seorang barista tidak hanya sekedar membuat suatu penyajian kopi atau jenis minuman lain, tetapi dibalik dari jaringan tersebut tercipta suatu hubungan yang erat.⁸

Penelitian keenam berupa jurnal internasional. Penelitian ini ditulis oleh Rudolf P Gaudio pada tahun 2003 dengan judul “Coffeetalk: Starbucks and The Commercialization of Casual Conversation”.

⁷ Tamariska, S. R., & Ekomadyo, A. S. (2017). ‘Place-Making’ ruang Interaksi Sosial Kampung Kota’: Studi Kasus: Koridor Jalan Tubagus Ismail Bawah, Bandung. *Jurnal Koridor*, 8(2), 172-183.

⁸ Raphoksi, R. (2016). Jaringan Sosial Barista Folks Coffee Tea di Surabaya. *Paradigma*, 4(3)

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini melalui metode analisis kritis dari retorika pemasaran perusahaan kedai kopi; wawancara informal dengan pemilik kedai kopi, karyawan, dan pelanggan; dan pengamatan penulis sebagai peserta "asli" dalam *coffeetalk* dan mode interaksi sosial kelas menengah.

Fokus penelitian ini adalah praktik sosiolinguistik kelas menengah melalui kegiatan yang menggunakan istilah "coffeetalk". Istilah ini dipinjam dari budaya populer Amerika Serikat untuk menandakan penggabungan percakapan yang dinaturalisasi dengan konsumsi kopi, ruang angkasa, dan komoditas lain yang dikomersialisasikan.

Hasil dari penelitian ini adalah popularitas Starbucks dan rantai kedai kopi lainnya di antara populasi kelas menengah mencerminkan dan memperkuat kebiasaan sosialisasi komersial dan segregasi interaksi sosial secara luas diterima di Amerika Serikat dan masyarakat industri kapitalis lainnya.⁹

Jurnal internasional kedua ditulis oleh John Manzo pada tahun 2014. Penelitian tersebut berjudul "Machines, People, and Social Interaction in "Third-Wave Coffeehouse". Pendekatan penelitian ini menggunakan menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulannya untuk menganalisis data tersebut guna mengungkap fenomena konstitutif yang relevan dengan dunia sosial kopi gelombang ketiga, dan untuk memastikan bagaimana fenomena tersebut dicapai secara sosial dan interaksional.

Fokus penelitian ini adalah menyelidiki satu aspek penting dan menentukan dari fenomena "gelombang ketiga" yang berhubungan dengan interaksi sosial di sekitar peralatan kelas atas yang ditemukan di hampir semua kafe yang dikenal sebagai kafe gelombang ketiga.

Tujuan dari penyelidikan ini adalah untuk memastikan bagaimana pelanggan dan karyawan berorientasi pada peralatan itu dan bagaimana peralatan itu memfasilitasi dan

⁹ Gaudio, R. (2003) "Coffeetalk: Starbucks and the commercialization of conversation." *Language in Society* 32(5):659-691

bahkan bisa dibilang menghambat interaksi sosial di toko gelombang ketiga. Peralatan ini sendiri merupakan fokus empiris tambahan, dan cara sosialisasi tatap muka tradisional dan interaksi antara pelanggan dan karyawan difasilitasi oleh mesin tersebut dipertimbangkan di sini.

Penelitian ini nantinya akan menunjukkan bahwa jenis peralatan menyeduh kopi adalah fitur yang menentukan bentuk fisik kedai kopi dan juga merupakan aspek desain seperti denah atau furnitur toko. Mesin dibangun di kedai kopi gelombang ketiga, sebagai profil rendah dan permeabel, memfasilitasi interaksi antara karyawan dan pelanggan. Dengan demikian, aspek komunitas dari kedai kopi gelombang ketiga, seperti subkultur gelombang ketiga pada umumnya, adalah hasil dan interaksi antara orang, makanan, dan artefak.¹⁰

Penelitian selanjutnya adalah Tesis yang ditulis Rizky Martadi Kurniawan pada tahun 2015, yang berjudul “Monday Blues Di Café Ruang Putih Bandung (Kajian Bentuk Penyajian dan Interaksi Sosial)”. Penelitian menunjukkan bagaimana penyajian musik Café Ruang Putih Bandung dan proses terjadinya interaksi sosial antara penyaji dan masyarakat pendukung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dikarenakan berkeinginan untuk berkeinginan untuk mengetahui bentuk penyajian musik pada saat event Monday Blues di Caffe Ruang Putih Bandung dan interaksi sosial yang terjadi antara penyaji dan masyarakat pendukungnya.

Peneliti menyimpulkan bahwa bentuk penyajian musik dalam event Monday Blues Caffe Ruang Putih Bandung adalah bentuk musik elektrik dan disajikan dalam bentuk band. Interaksi sosial yang terjadi dalam event Monday Blues Caffe Ruang Putih Bandung dalam bentuk asosiatif dan disosiatif. Bentuk asosiatifnya dibuktikan dengan

¹⁰ Manzo, J. (2014). Machines, People, and Social Interaction in “Third Wave Coffeehouses”. *Journal of Arts and Humanities*, 8(3), p. 1-12

adanya kerja sama yang baik antar sesama anggota grup band maupun dengan pihak penonton, dengan pihak pendukung seperti, owner cafe, wartawan, dan sponsor makanan dan minuman. Bentuk disosiatifnya ditunjukkan oleh group band Blues Libre yang bersaing dengan genre musik lain, seperti rock, jazz, dan reggae yang berkembang di kota Bandung.¹¹

Penelitian selanjutnya adalah Jurnal Nasional yang ditulis oleh Nadya Afdholy pada tahun 2019, yang berjudul “Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks”. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana fenomena praktik konsumsi kopi ala Starbucks dimaknai oleh masyarakat urban golongan sosial menengah di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumsi dan masyarakat urban.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Penelitian ini menggunakan kajian literatur dan wawancara sebagai sarana pendukung tentang praktik konsumsi kopi ala Starbucks.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap praktik konsumsi masyarakat urban pada produk ala Starbucks, maka dapat disimpulkan bahwa para konsumen tidak hanya mengejar identitas sosial, tetapi ada hal lain yaitu kenyamanan dan ekonomis. Uang sebagai salah satu faktor paling kuat dalam mengonsumsi produk imitasi. Faktor ekonomi menjadi dasar yang kuat ketika ini dalam pemenuhan gaya hidup.¹²

Dari semua penelitian di atas, belum ada yang membahas fenomena tumbuh suburnya coffee shop dari fokus interaksi sosial. Penelitian yang ada memiliki fokus yang lain yaitu dari sudut tinjauan kritis, fokus ke *coffee shop* dan gaya hidup. Sedangkan

¹¹ Kurniawan, R. M. (2015). Monday Blues Di Cafe Ruang Putih Bandung (Kajian Bentuk Penyajian Dan Interaksi Sosial). *Catharsis*, 4(1).

¹² Afdholy, N. (2019). Perilaku konsumsi masyarakat urban pada produk kopi ala starbucks. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 3(1), 43-53.

penelitian yang saya lakukan ini mengambil fokus pada coffee shop sebagai sarana interaksi.

Penulis tertarik melakukan penelitian tentang fungsi *Coffee shop* sebagai ruang interaksi sosial dalam masyarakat, dimana fungsi *coffee shop* saat ini telah bergeser tidak hanya menjadi tempat untuk sekedar minum kopi atau melepas lelah selepas bekerja saja, tetapi sudah menjadi kebutuhan sarana masyarakat dalam berinteraksi dan menggunakan *coffee shop* sebagai tempat yang nyaman. Dengan semua fasilitas yang ditawarkan dalam *coffee shop* telah membuat *coffee shop* ini semakin nyaman untuk dijadikan sebagai ruang berinteraksi sosial dalam masyarakat.

Tabel 1.1
Tabel Penelitian Sejenis

No	Judul/ Sumber Referensi	Permasalahan	Metode Penelitian	Konsep/Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
----	-------------------------------	--------------	----------------------	--------------	---------------------	-----------

1.	<p>Interaksi Sosial Barista dan Konsumen Kopi Seduh Jenar Denpasar Selatan</p> <p>2019</p> <p>Jurnal Nasional Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT) Vol 1 No 2 (2019)</p> <p>Athaur Rahmi, I Nengah Punia, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi</p>	<p>Melihat bagaimana interaksi sosial yang terjadi di Kopi Seduh Jenar, Denpasar antara barista dan konsumen. Interaksi tersebut memperlihatkan simbol-simbol yang akan dimaknai oleh barista maupun konsumen.</p>	<p>Deskriptif - kualitatif</p>	<p>Interaksionisme Simbolik</p>	<p>Interaksi sosial yang terjadi antara barista dan konsumen di Kedai Kopi Seduh Jenar merupakan interaksi sosial yang bersifat asosiatif dan meliputi mekanisme kerja sama (<i>cooperative</i>) dan akulturasi. Simbol yang digunakan dalam interaksi sosial antara barista dengan konsumen Kopi Seduh Jenar adalah simbol bahasa yang terwujud dalam bahasa lisan, gestur, tindakan serta bahasa berupa gambar dan tulisan dalam media sosial <i>Instagram</i>. Makna yang muncul sebagai hasil dari interaksi sosial antara barista dan konsumen Kopi Seduh Jenar yaitu</p>	<p>Teori yang digunakan berbeda. Penelitian ini menganalisisnya dari teori tindakan, sedangkan peneliti akan menggunakan teori struktural</p>
----	--	--	--------------------------------	---------------------------------	--	---

2	<p>Fungsi <i>Coffee shop</i> bagi Masyarakat Surabaya</p> <p>2013</p> <p>Jurnal Nasional AntroUnairDotNet, Vol.2/No.1/Jan-Februari 2013</p> <p>Gischa Joelita Eka Putri</p>	<p>Tulisan ini melihat bagaimana masyarakat Surabaya melihat fungsi <i>coffee shop</i> sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan seperti memperluas pergaulan, rapat, dan pertemuan bisnis</p>	Kualitatif	Fungsionalisme	<p><i>Coffee shop</i> dalam kehidupan yang modern saat ini tengah menjadi salah satu sarana untuk seseorang memperluas pergaulannya.</p> <p>Keberadaan <i>coffee shop</i> yang tidak semata-mata hanya difungsikan untuk membeli atau memperoleh minuman kopi yang benar, bukan hanya sekedar kopi sachet saja.</p>	<p>Penelitian ini menekankan pada coffee shop, sedangkan peneliti fokusnya pada manusia sebagai subjek</p>
---	---	--	------------	----------------	---	--

3	<p>Pola Interaksi Simbolik Barista</p> <p>2014</p> <p>Jurnal Nasional Paradigma, Vol 2 No 2</p> <p>Oktaviani Dwi Prihandini, Pambudi Handoyo</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada interaksi simbolik para barista dengan sesama barista dan konsumen serta membongkar simbol yang digunakan oleh para barista dalam berinteraksi</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Interaksionisme Simbolik</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola interaksi simbolik yang dilakukan oleh barista dipengaruhi oleh adanya space and time. Space atau ruang adalah situasi tertentu dimana barista dapat mengembangkan pola interaksinya, seperti menggunakan simbol-simbol dalam berinteraksi dengan barista lain.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan interaksi simbolik, sedangkan peneliti menggunakan teori distinction boudue</p>
---	--	--	-------------------	---------------------------------	--	---

4	<p>Place-Making' Ruang Interaksi Sosial Kampung Kota</p> <p>2017</p> <p>Jurnal Nasional Jurnal Arsitektur dan Perkotaan "KORIDOR", Vol 08 No 02</p> <p>Stirena Rossy Tamariska, Agus S. Ekomadyo</p>	<p>Tulisan mengkaji bagaimana masyarakat Kampung Kota masih memperjuangkan nilai budaya untuk berkumpul bersama. Di tengah keterbatasan lahan yang mereka miliki, mereka dituntut berfikir bagaimana menghadirkan ruang yang dapat mewadahi kegiatan interaksi sosial mereka.</p>	<p>Semi Grounded , Kualitatif</p>	<p>Ruang Representasi , Ruang Interaksi</p>	<p>Studi Place Making ini menggunakan social-constructivism. Interaksi sosial menjadi kebutuhan masyarakat memerlukan wadah yang memerlukan wadah yang dapat menunjang kualitas interaksi. Dalam kasus ini masyarakat melakukan konstruksi ruang interaksi yang lahir dari representasi aktivitas sosial di kampung mereka.</p>	<p>Penulis memahami bagaimana masyarakat Kampung Kota dalam melakukan konstruksi ruang interaksi yang lahir dari representasi aktivitas sosial Kampung Kota</p>
---	--	---	-----------------------------------	---	---	---

5.	<p>Jaringan Sosial Barista Folks Coffee Tea Surabaya</p> <p>2016</p> <p>Jurnal Nasional Paradigma, Vol 4 No 3.</p> <p>Rizky Raphoksi</p>	<p>Fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena terbentuknya jaringan sosial barista di Folks Coffee Tea Surabaya</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Jaringan Sosial</p>	<p>Salah satu manifestasi gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang nongkrong di kafe atau coffee shop. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal. Para barista ini akan mendapatkan pengakuan secara moral oleh masyarakat luar, bahwa seorang barista tidak hanya sekedar membuat suatu penyajian kopi atau jenis minuman lain, tetapi di balik dari jaringan tersebut tercipta suatu hubungan yang erat.</p>	<p>Penelitian ini fokus pada jaringan barista, sedangkan peneliti focus pada pengunjung</p>
----	--	---	-------------------	------------------------	---	---

6.	<p>Coffeetalk: Starbucks and The Commercialization of Casual Conversation</p> <p>2003</p> <p>Jurnal Internasional Language In Society, Vol 32 No 5</p> <p>Rudolf P Gaudio</p>	<p>Fokus penelitian ini adalah praktik sociolinguistik kelas menengah melalui kegiatan yang menggunakan istilah “Coffeetalk”, istilah yang dipinjam dari budaya populer AS untuk menandakan penggabungan percakapan yang dinaturalisasi dengan konsumsi kopi, ruang angkasa, dan komoditas lain yang dikomersialisasikan</p>	Wawancara	Ruang Publik	<p>Popularitas Starbucks dan rantai kedai kopi lainnya di antara populasi kelas menengah tertentu mencerminkan dan memperkuat kebiasaan budaya sosialisasi komersial dan segregasi interaksi sosial yang secara luas diterima begitu saja di Amerika Serikat dan masyarakat industri kapitalis lainnya. Namun, gerakan sosial baru-baru ini (dan tidak terlalu baru), telah mengilhami banyak orang untuk mempertanyakan keadilan dan keinginan sistem ekonomi-politik yang menemukan ekspresi tertingginya di pusat perbelanjaan yang dibersihkan secara sosial, di mana keragaman budaya direduksi menjadi komoditas estetika dan debat politik secara aktif ditekan.</p>	<p>Penelitian ini fokus pada linguistik, sedangkan peneliti fokus pada sosiologis</p>
----	---	--	-----------	--------------	---	---

7.	<p>Machines, People, and Social Interaction in "Third-Wave" Coffeehouse</p> <p>2014</p> <p>Jurnal Internasional Journals Of Arts and Humanities, Vol 3 No 8</p> <p>John Manzo</p>	<p>Penelitian ini adalah penyelidikan satu aspek penting fenomena "gelombang ketiga" dan interaksi sosial di sekitar peralatan kelas atas yang ditemukan di hampir semua kafe yang dikenal sebagai kafe gelombang ketiga. Tujuan penyelidikan ini untuk memastika-n bagaimana pelanggan dan karyawan berorientasi pada peralatan itu dan bagaimana peralatan itu memfasilitasi atau bahkan menghambat interaksi sosial yang sangat berbeda, dalam hal interaksi sosial, di tempat lain.</p>	Kualitatif	Interaksi Sosial	<p>Kesimpulan, makalah ini telah menunjukkan bahwa jenis peralatan menyeduh kopi adalah fitur yang menentukan bentuk fisik kedai kopi dan juga merupakan aspek "desain" seperti denah atau furnitur toko. Mesin dibangun di kedai kopi "gelombang ketiga", sebagai profil rendah dan permeabel, memfasilitasi interaksi antara karyawan dan pelanggan; dengan demikian, aspek "komunitas" dari kedai kopi gelombang ketiga, seperti subkultur gelombang ketiga pada umumnya, adalah hasil dan interaksi antara orang, makanan, dan artefak.</p>	<p>Penelitian ini menjadi karyawan sebagai subjek, sedangkan peneliti menjadikan pengunjung sebagai subjek</p>
----	---	---	------------	------------------	---	--

8.	<p>Monday Blues Di Café Ruang Putih Bandung (Kajian Bentuk Penyajian Dan Interaksi Sosial</p> <p>2015</p> <p>Tesis Prodi Pendidikan Seni, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Indonesia</p> <p>Rizki Martadi Kurniawan</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bagaimana bentuk penyajian musik Café Ruang Putih Bandung dan proses terjadinya interaksi sosial antara penyaji dan masyarakat pendukung.</p>	Kualitatif	Interaksi Sosial	<p>Bentuk penyajian dalam event Monday Blues Cafe Ruang Putih Bandung adalah musik elektrik dan disajikan dalam bentuk band. Unsur-unsur pendukungnya adalah penyaji (Blues Libre), setting (tata suara, panggung dan lighting). Interaksi Sosial yang terjadi dalam bentuk Asosiatif dan Disosiatif. Bentuk asosiatifnya dibuktikan dengan adanya kerjasama yang baik antar sesama anggota grup band maupun dengan pihak penonton, dengan pihak pendukung (owner kafe, wartawan dan sponsor). Bentuk disosiatifnya band Blues Libre bersaing dengan genre musik lain, seperti rock, jazz, dan reggae yang berkembang di kota Bandung.</p>	<p>Penelitian ini fokus pada pelayanannya, sedangkan peneliti fokus pada pengunjung.</p>
----	---	---	------------	------------------	--	--

9.	<p>Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban pada Pada Produk Kopi Ala Starbucks</p> <p>2019</p> <p>Jurnal nasional</p> <p>SATWIKA : Jurnal Kajian Budaya dan Perubahan Sosial Volume 3, Nomor 1, April 2019</p> <p>Nadya Afdholy</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pembentukan identitas yang dimunculkan oleh para konsumen pada produk imitasi ala Starbucks dengan memanfaatkan teori simulakrum dari Jean Baudrillard</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Perilaku konsumsi , Masyarakat Urban</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik konsumsi kopi ala Starbucks merupakan bentuk konsumerisme postmodern, yakni pola konsumsi yang tidak sesuai dengan arti harfiah dari konsumsi, namun lebih mengarah pada konsumsi simbol-simbol.</p>	
----	--	--	------------------------------	---	---	--

(Sumber: Analisis Peneliti, 2022)

1.6. Kerangka Konseptual

1.6.1. *Coffee Shop*

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. Umumnya, yang disebut dengan *coffee shop* adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain menarik dan menyediakan banyak menu kopi. Sejumlah tempat juga menyediakan menu kopi dengan berbagai macam cara menyeduhnya. Dari Tubruk, French Press, Aeropress, Vietnam Drip, V60, Chemex dan lain-lain. Menu yang akan sering ditemui di *coffee shop* antara lain adalah kopi hitam, kopi susu, cappuccino, espresso maupun latte. Beberapa tempat juga menyediakan olahan kopi dingin, teh, maupun minuman selain kopi.

Ada juga tempat yang menyediakan makanan-makanan ringan sampai makanan berat untuk dipesan oleh pelanggan yang datang. Selain datang untuk

menikmati kopi, tempat ini menjadi salah satu ruang untuk berbincang maupun bertukar informasi dari para pengunjungnya.¹³

Coffee shop (kedai kopi) menurut Atmodjo (2005) adalah suatu tempat atau (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso. Seiring perkembangannya, selain menyediakan kopi menjadi produk utama, kedai ini menyediakan makanan kecil dan makanan berat. Coffee shop atau yang akrab disebut kafe, yang bergeser makna. Secara terminologis, kata café dari bahasa Perancis, yaitu coffee, yang berarti kopi (Oldenburg,1989).¹⁴ Sedangkan di Indonesia, istilah café lalu disederhanakan kembali menjadi kafe (Herlyana, 2012). Pengertian harfiahnya mengacu pada (minuman) kopi, yang kemudian dikenal menjadi tempat menikmati kopi dengan berbagai jenis minuman non-alkohol lainnya seperti soft drink berikut hidangan camilan lainnya¹⁵

Coffee shop merupakan sebuah restaurant yang pada mulanya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh secara cepat. Namun karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat kompleks dan tidak ada habisnya, maka perkembangan coffee shop terlihat pesat dan beragam seperti sekarang ini. Coffee shop juga dilengkapi menggunakan fasilitas yang dapat membuat orang nyaman seperti wifi, live music, akses listrik untuk mengisi baterai gawai, buku bacaan, dan juga dilengkapi dengan desain interior yang nyaman dan santai.

1.6.2. Teori Distingsi Bordieu

Pierre Bordieu beropini bahwa distingsi dapat muncul dari pilihan dan konsumsi seseorang terhadap sesuatu, yang berarti bahwa seseorang ingin terlihat berbeda dari

¹³ <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/coffee-shop/>

¹⁴ Oldenburg, Ray. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at The Heart of a Community*. London: Da Capo Press

¹⁵ Herlyana, Elly. 2012. *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*

orang lain. Hal ini dapat diamati dari beragam aspek, misalnya pilihan merek barang yang digunakan, aliran musik yang didengarkan, bahkan jenis makanan yang dikonsumsi pun dapat memberikan selera dan gaya hidup (lifestyle) seseorang.¹⁶ Bagi Bourdieu, berbicara tentang masalah selera serta pilihan budaya, tak akan bisa dipisahkan dari persoalan latar belakang budaya individu-individu yang bersangkutan. Latar belakang budaya juga tidak bisa dilepaskan dari jenis pekerjaan, jenis kelamin, tempat tinggal, kelas sosial, sampai latar belakang orang tua individu yang bersangkutan. Faktor-faktor tersebut jugalah yang nantinya akan berpengaruh pada gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang.

Persoalan gaya hidup erat kaitannya dengan masalah selera, habitus, konsumsi, dan ciri-ciri seseorang menetapkan dan memilih sesuatu sesuai dengan selernya, yang berbeda dengan orang lain, dan berarti dia bisa juga mengartikulasikan kelas, latar belakang, dan ciri-ciri budayanya.¹⁷ Bordieu menyatakan bahwa selera bisa membentuk fraksi kelas.¹⁸ Distingsi erat kaitannya dengan persoalan habitus yang artinya seperangkat sifat yang bisa melahirkan praktek dan persepsi, dapat juga disebut sebagai logika mendorong agen-agen bertindak serta bereaksi dalam situasi-situasi spesifik dengan suatu cara yang tidak selalu bisa diprediksi sebelumnya. Bordieu menyatakan bahwa konsep habitus merupakan suatu sistem yang terkonstruksi secara sosial.¹⁹

¹⁶ Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. Richard Nice, Cambridge: Harvard University Press

¹⁷ Featherstone, Mike. 2005. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Terjemahan oleh isbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

¹⁸ Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. Richard Nice, Cambridge: Harvard University Press.

¹⁹ Bourdieu, Pierre. 1977. *Outline of Theory of Practices*. New York: Cambridge University Press

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.²⁰

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada topik penelitian ini adalah masyarakat yang sering berkunjung ke *coffee shop* di Karawang. Dalam penelitian ini, subjek penelitian terdapat dari beberapa elemen, yaitu pertama adalah orang yang sering berkunjung ke *coffee shop* yang sebelumnya dipilih dengan cara mewawancarai narasumber.

Tabel 1.2
Informan Penelitian

Nama	Usia (tahun)	Pekerjaan	Pendidikan
Adrian Bobby	23	Mahasiswa	S1
Galuh Mandala Putra	26	Barista	SMA
Choerul Anam	23	Mahasiswa	S1
Sukma Wijaya	24	Karyawan Pabrik	SMA
Agus Azhari	24	Karyawan Pabrik	SMA
Audy Rizky	26	Freelance	S1
Harry Kusuma	24	Karyawan Pabrik	S1
Ahmad Syaiful Bahri	22	Barista	SMA
Nur Muhammad Ihsan	23	Karyawan Swasta	S1

1.7.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Karawang. Peneliti mengunjungi beberapa cafe yang ada di karawang seperti Pinus coffee, Habit coffee, Kopi Nusantara, dan Niels Coffee,

²⁰ Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

dan melakukan wawancara (mencari data) dengan pengunjung cafe. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2022 sampai Bulan Desember 2022.

1.7.4. Peran Peneliti

Peneliti dalam penelitian ini memiliki peran sebagai pelaku dari penelitian. Peneliti berupaya untuk mencari informasi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Karawang Berinteraksi di coffee shop Peneliti ingin melakukan pengamatan secara mendalam untuk mengumpulkan data secara empiris sehingga peneliti mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Karawang berinteraksi di coffee shop. Selain itu peneliti melakukan mengumpulkan dan menganalisis data.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian terbagi sebagai berikut:

1.7.5.1. Wawancara

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber. Wawancara dilakukan sebagai pengumpulan data primer dalam suatu penelitian. Peneliti dalam melakukan teknik wawancara ini dapat dilakukan dengan mewawancarai 5 orang atau lebih. Dengan melakukan wawancara ini, peneliti dapat memperoleh informasi secara mendalam mengenai kriteria *faktor yang mempengaruhi masyarakat dan berinteraksi di coffee shop*. Teknik wawancara dalam penelitian ini sangat penting bagi peneliti dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat berinteraksi di coffee shop.

1.7.5.2. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti mencari bahan-bahan referensi dari studi literatur sebelumnya seperti jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan buku sesuai dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dokumentasi ini diperoleh dari

foto dan video. Dokumentasi berperan untuk memperlihatkan aktor yang terdapat di lapangan. Teknik dokumentasi ini merupakan data pendukung dalam melakukan penelitian.

1.7.5.3. Observasi

Untuk mendapatkan data lapangan, peneliti harus melakukan studi lapangan. Hal ini sangat penting dilakukan untuk melihat kondisi langsung tempat penelitian. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan panca indera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang.

1.7.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menjadi bagian penting dalam penelitian guna menyusun serta menyelesaikan penelitian. Analisis data artinya proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kepada unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, maupun kuesioner akan diteliti oleh penulis dan digambarkan ke dalam kerangka berpikir. Di tahap analisis penulis akan mengaitkan hasil kuesioner dengan teori yang ditulis oleh penulis.

1.7.7. Triangulasi Data

Triangulasi data penting dilakukan pada penelitian kualitatif. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan menjadi teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah

ada. Jika peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek dapat dipercaya data menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.²¹

Triangulasi data diperoleh dengan cara membandingkan hasil wawancara narasumber utama dengan narasumber lain agar data lebih valid. Triangulasi data yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai pelanggan yang sering datang ke *coffee shop*, untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Karawang berinteraksi di Coffee shop.

1.8. Sistematika Penulisan

Bab I

Pada Bab 1 ini penulis menguraikan bagaimana gambaran mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual yang digunakan penulis dalam penelitian, metode penelitian yang digunakan dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II

Bab ini berisikan gambaran umum mengenai *coffee shop* mulai dari perkembangan *coffee shop* di Karawang dari awal sampai sekarang. Selain itu, penulis mendeskripsikan bagaimana *coffee shop* sebagai ruang berinteraksi dengan masyarakat. Penulis juga mendeskripsikan profil dan latar belakang informan.

Bab III

Pada Bab ini, penulis menjabarkan hasil temuan penelitian dari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi anak muda di Karawang memilih berinteraksi di *coffee shop* dan bagaimana kriteria *coffee shop* yang menarik dalam pandangan masyarakat.

²¹ Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta. 2014). Hal 241.

Bab IV

Bab ini berisikan analisis penulis mengenai hasil temuan yang dimunculkan di Bab III, dengan menggunakan konsep Ruang Sosial dari Lefebvre

Bab V

Bab V merupakan penutup dari keseluruhan penelitian. Bab ini berisikan kesimpulan dan saran penelitian ini dan penelitian masa mendatang terkait topik yang dipilih peneliti.

