

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan masyarakat urban saat ini, aktivitas harian didominasi oleh pekerjaan dengan mobilitas yang tinggi dan tekanan hidup yang intens. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, lebih dari 65% penduduk usia produktif di kota-kota besar Indonesia bekerja lebih dari 35 jam per minggu.¹ Rutinitas ini menimbulkan kejenuhan yang menuntut hadirnya ruang alternatif di luar rumah (ruang pertama) dan tempat kerja (ruang kedua) sebagai tempat pelarian psikologis. Oleh karena itu, kebutuhan akan ruang yang dapat mengakomodasi kegiatan rekreatif dan sosial menjadi semakin penting dalam kehidupan masyarakat kota. Dalam konteks ini, muncul konsep "ruang ketiga" (*third place*) sebagai solusi atas kebutuhan akan tempat yang mendukung ekspresi diri, interaksi sosial, dan pelepasan dari tekanan keseharian.

Ruang ketiga merujuk pada ruang sosial informal yang berada di luar rumah dan kantor, di mana individu dapat berkumpul, bersosialisasi, dan mengekspresikan diri tanpa tekanan peran sosial yang kaku. Konsep ini berkembang seiring dengan fenomena urban *lifestyle* yang menuntut fleksibilitas dalam memilih tempat rekreasi maupun membangun koneksi sosial. Salah satu bentuk nyata dari ruang ketiga yang berkembang pesat di kalangan masyarakat urban adalah kedai kopi. Kedai kopi tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi minuman, melainkan telah menjadi ruang sosial yang inklusif bagi berbagai kalangan untuk berkegiatan secara informal. Tekanan kerja ini

¹ Badan Pusat Statistik. *Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Kelompok Umur dan Jumlah Jam Kerja Seluruhnya, 2023*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/ZUVGRVluZzJkV0ZWVWpKR1VVNXhaa0pVY0dSYVp6MDkjMw==/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-selama-seminggu-yang-lalu-menurut-kelompok-umur-dan-jumlah-jam-kerja-seluruhnya--2022.html?year=2023> Diakses pada 10 November 2024.

mendorong tumbuhnya komunitas berbasis minat yang menjadikan aktivitas *Leisure* sebagai sarana pelarian dari kejenuhan rutinitas, sekaligus tempat membangun koneksi sosial baru.

Di sisi lain, bagi Gen Z kafe adalah ruang multifungsi—tempat untuk berkumpul bersama teman, bekerja, belajar, bahkan menciptakan konten. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z memandang kafe sebagai tempat mereka bisa mengekspresikan diri, terinspirasi, dan produktif.² Temuan ini mengindikasikan bahwa ruang ketiga seperti kedai kopi tidak hanya menjadi tempat konsumsi, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk dinamika sosial baru di kalangan masyarakat urban. Selain tempat untuk berbincang santai atau bekerja, kedai kopi juga dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan rekreasi seperti diskusi seni, pameran fotografi, hingga pertunjukan musik. Aktivitas ini menggambarkan perluasan fungsi kedai kopi menjadi pusat interaksi sosial dan budaya di tengah kota.

Apabila dilihat dari bermacam-macamnya aktivitas dan latar belakang serta status pengunjung kedai kopi, maka kedai kopi menunjukkan perannya sebagai ruang publik bagi masyarakat. Saat ini minum kopi merupakan sebuah aktivitas yang memiliki ruang atau media interaksi antara orang-orang dari kelas sosial yang berbeda. Fungsi kedai kopi mulai berubah, dari tempat minum menjadi ruang publik milik seluruh elemen masyarakat. Dari mulai kalangan remaja sampai yang sudah berkeluarga datang ke kedai kopi, tidak hanya sebagai tempat bersantai, tetapi juga tempat mengobrol atau berinteraksi, bahkan termasuk ruang rekreasi.

Sekarang ini sering dijumpai banyak ruang ketiga yang dikunjungi banyak orang karena adanya faktor yang membuat tempat itu menarik minat bagi banyak orang. Salah satu yang menjadi faktor menarik bagi banyak orang untuk

² Ichwanul Fazmi. *Ini Alasan Café Tidak Lagi Sekadar Tempat Nongkrong, Tapi Juga Ruang Kerja Bagi Gen Z*. https://batampos.jawapos.com/metro-life/2425286217/ini-alasan-caf%C3%A9-tidak-lagi-sekadar-tempat-nongkrong-tapi-juga-ruang-kerja-bagi-gen-z?utm_source=chatgpt.com Diakses pada 15 November 2024

mengunjungi tempat itu adalah adanya pertunjukan musik langsung (*live music*). *Live music* menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung ruang ketiga dikarenakan orang-orang dapat menikmati pertunjukan ataupun sekedar menyalurkan emosi dengan cara menyanyikan lagu bersama dengan penampil dan pengunjung lain. Hal ini dapat dikategorikan sebagai aktivitas *Leisure* atau kegiatan yang santai.

Salah satu bentuk aktivitas *Leisure* yang menonjol dalam ruang ketiga adalah aktivitas bermusik secara komunal. Musik telah lama dikenal sebagai medium ekspresi sosial dan pembentukan identitas kolektif. Dalam konteks ini, komunitas musik menjadi aktor penting yang memanfaatkan ruang ketiga sebagai wadah untuk berkumpul, berkreasi, dan mempererat solidaritas antar anggota. Musik, dengan kekuatan estetis dan emosionalnya, menjadi sarana ekspresi yang kolektif dan mampu menyatukan individu dari latar belakang sosial yang berbeda.

Komunitas musik di kedai kopi sering memanfaatkan tempat ini sebagai *platform* alternatif untuk mengadakan pertunjukan, memperluas jejaring, dan mempromosikan karya mereka. Fenomena ini mencerminkan dinamika antara seni, ruang ketiga, dan ekonomi kreatif, di mana musik menjadi elemen yang memperkuat daya tarik sosial sebuah tempat. Kajian tentang keterlibatan komunitas dalam konteks ini menunjukkan bahwa musik dapat berperan sebagai alat penghubung sosial yang efektif, menciptakan suasana partisipatif yang inklusif.³ Tren ini juga mencerminkan pergeseran makna aktivitas *Leisure* dari konsumsi pasif menjadi produksi aktif. Tidak hanya menikmati musik, komunitas terlibat dalam penciptaan musik, kolaborasi antar individu, hingga merancang agenda kreatif.

Musik memiliki peran signifikan sebagai medium ekspresi budaya dan sosial yang melampaui batas ruang dan waktu. Di era modern, komunitas musik sering kali menemukan ruang kreatif yang tidak konvensional untuk berkembang, salah

³ Mitchell, E, "Community Music Therapy and Participatory Performance. *Voices: A World Forum for Music Therapy*", 2019, Vol.19 No.1.

satunya adalah kedai kopi. Sebagai salah satu bentuk "ruang ketiga" (*third place*), kedai kopi kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya di mana berbagai komunitas, termasuk komunitas musik, berkumpul, berinteraksi, dan membangun identitas kolektif mereka.⁴

Salah satu kedai kopi di Kota Depok yang menjadi ruang ketiga seperti penjelasan di atas adalah Nest Coffee. Kedai kopi ini terletak di Jl. Perindustrian No.175, Kota Depok. Nest Coffee membuat kedai kopi menjadi ruang ketiga yang bebas diakses sebagai ruang berkreasi, berinovasi, dan berinteraksi oleh para pengunjungnya. Beberapa agenda kegiatan atau acara telah dilakukan di Nest Coffee. Seperti diskusi mengenai karya sastra, pameran foto, dan pertunjukan musik.

Nest Coffee melakukan kolaborasi dengan para pengunjungnya dan komunitas, salah satunya yaitu dengan komunitas musik. Agenda yang dilakukan dengan komunitas musik tersebut yaitu kegiatan *live music*. Agenda *live music* ini rutin dilakukan setiap satu bulan sekali di malam minggu. Dengan adanya kegiatan *live music* ini memberikan nuansa yang baru dan kesenangan bagi para pengunjungnya.

Keberadaan komunitas musik di kedai kopi memiliki peran penting dalam membangun interaksi sosial, memperluas jejaring, dan menciptakan ruang ekspresi kreatif. Selain itu, representasi komunitas ini sering kali menjadi daya tarik bagi pelanggan dan turut memengaruhi identitas budaya dari kedai kopi itu sendiri. Dengan adanya panggung kecil, acara musik akustik, atau kolaborasi dengan musisi lokal, kedai kopi menjadi tempat yang ideal untuk menghubungkan pelaku seni dengan *audiens*.

⁴ Jennifer Ferreira, Carlos Ferreira dan Elizabeth Bos, "*Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives*", *Geoforum*, 2021, Vol.119, hlm.21-29.

Kedai kopi kini turut berfungsi sebagai ruang publik modern yang berperan dalam mendorong perkembangan komunitas seni dan budaya lokal.⁵ Dengan menyediakan sarana untuk pertunjukan musik, memfasilitasi promosi kegiatan, serta membuka peluang kolaborasi antar pelaku seni, kedai kopi turut andil dalam memperkuat ekosistem kreatif di tingkat lokal. Aktivitas *Leisure* yang dilakukan oleh komunitas musik di dalamnya memberikan kontribusi nyata terhadap proses pembangunan sosial serta memperluas jaringan kolaboratif antar bidang kreatif.⁶

Komunitas musik memanfaatkan kedai kopi sebagai *platform* alternatif dalam menampilkan karya, memperluas jaringan, hingga membangun identitas dari komunitas musik itu sendiri. Komunitas musik menganggap kedai kopi juga sebagai sarana aktualisasi diri di ruang publik dengan beragam kegiatan bermusik yang dilakukan. Pertunjukan musik di kedai kopi kerap bersifat intim dan interaktif, memungkinkan terjalinnya relasi yang lebih erat antara musisi dan *audiens*, sekaligus membuka ruang apresiasi yang lebih inklusif terhadap musik lokal. Namun, dalam hal ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kedai kopi dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan komunitas musik serta bagaimana representasi dari komunitas musik ini terbangun dalam ruang tersebut.

Fenomena ini menunjukkan adanya korelasi yang menarik antara kedai kopi dan *live music* yang layak untuk ditelaah secara sosiologis, khususnya dalam konteks eksistensi dan representasi komunitas musik di ruang publik. Komunitas musik yang tampil di kedai kopi tidak hanya menunjukkan keberadaannya melalui karya, tetapi juga berperan dalam membentuk identitas ruang itu sendiri. Kehadiran komunitas turut memberi warna terhadap dinamika sosial yang terjadi di dalamnya, menjadikan kedai kopi sebagai bentuk “ruang ketiga” (*third place*) yang menjadi titik temu interaksi sosial yang inklusif dan egaliter. Dalam kerangka

⁵ Eka Perwitasari Fauzi, “Kedai kopi dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern”, Jurnal Jurnalisa, 2019, Vol.5 No.1, hlm. 50-57.

⁶ Eko Yulianto, “Pertunjukan Musik Akustik Dalam Proses Komodifikasi Cozy di Kedai Kopi Demang Surakarta” (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta), 2019.

ini, penting untuk melihat bagaimana komunitas musik merepresentasikan dirinya di ruang tersebut, bagaimana relasi mereka dengan pengelola kedai maupun pengunjung, serta sejauh mana kehadiran mereka memengaruhi citra, fungsi, dan keberlanjutan ruang kedai kopi sebagai ruang sosial kontemporer.

Dalam konteks kehidupan masyarakat urban yang penuh tekanan, tingginya mobilitas kerja dan keterbatasan waktu untuk relaksasi menciptakan kebutuhan akan ruang alternatif yang mampu mengakomodasi aktivitas rekreatif dan sosial. Kehadiran ruang ketiga seperti kedai kopi menjadi solusi penting dalam menjawab kebutuhan tersebut. Kedai kopi tidak lagi sekadar ruang konsumsi, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang sosial dan budaya yang memungkinkan terjadinya interaksi lintas kelas, ekspresi kreatif, hingga pembentukan komunitas berbasis minat. Dalam hal ini, aktivitas *Leisure* yang dilakukan komunitas musik di kedai kopi menjadi fenomena menarik yang mencerminkan dinamika sosial masyarakat urban masa kini.

Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk memahami bagaimana ruang ketiga, khususnya kedai kopi, menyediakan ruang yang inklusif bagi komunitas untuk berinteraksi dan mengekspresikan identitas kultural mereka. Komunitas musik yang memanfaatkan kedai kopi sebagai *platform* ekspresi dan kolaborasi kreatif tidak hanya menciptakan nuansa hiburan, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan membangun jejaring sosial antar individu dari latar belakang berbeda. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji secara sosiologis karena berkaitan langsung dengan bagaimana ruang-ruang publik modern memberi ruang partisipatif bagi komunitas lokal untuk berkembang. Lebih jauh, penelitian ini juga penting untuk menelaah bagaimana aktivitas *Leisure* dalam bentuk pertunjukan musik dapat berkontribusi terhadap identitas dan fungsi sosial ruang ketiga itu sendiri. Dengan melihat lebih dekat praktik komunitas musik di kedai kopi seperti Nest Coffee di Depok, penelitian ini dapat mengungkap dimensi sosial, kultural, dan simbolik dari ruang ketiga yang selama ini kerap dipahami hanya sebagai tempat bersantai atau bekerja. Pendekatan ini memungkinkan

adanya pemahaman yang lebih dalam tentang peran komunitas dalam membentuk ruang sosial alternatif dan bagaimana mereka memberi makna terhadap keberadaan ruang tersebut.

1.2 Permasalahan Penelitian

Fokus kajian pada penelitian ini menjelaskan mengenai kehadiran komunitas musik di ruang ketiga. Kehadiran komunitas musik di ruang ketiga sebagai bentuk mengisi waktu luang dengan melakukan berbagai kegiatan yang dapat bernilai positif. Pemilihan *coffeeshop* sebagai tempat untuk melakukan kegiatan oleh komunitas musik karena karakteristik yang mendukung untuk anggota komunitas musik dapat berproses dan berkembang secara bersama-sama. Dalam kehidupannya, anggota komunitas musik *After Work* memiliki sebuah kegiatan utama seperti pekerjaan dan pendidikan yang dijadikan sebagai prioritas utama. Hal tersebut menjadi pembelajaran bagi anggota komunitas musik untuk melakukan penyesuaian dalam membagi waktu antara kegiatan utama dengan aktivitas *leisure* yang dilakukan bersama dengan komunitas musik *After Work*. Aktivitas *leisure* komunitas musik yang dilakukan di ruang ketiga memberikan beragam fungsi dan peluang baik bagi anggota komunitas itu sendiri dan juga *coffeeshop* sebagai ruang ketiga.

Berdasarkan latar belakang diatas mengenai bagaimana kegiatan aktivitas *Leisure* komunitas musik di *coffeeshop*, maka rumusan masalah yang peneliti rumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk penyeimbangan waktu anggota komunitas dalam melakukan aktivitas *leisure*?
2. Bagaimana Nest Coffee berfungsi sebagai ruang ketiga bagi komunitas musik?
3. Bagaimana bentuk kolaborasi aktivitas *leisure* komunitas musik dengan pihak Nest Coffee sebagai ruang ketiga?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana anggota komunitas membagi waktu antara kegiatan komunitas musik “*After Work*” dengan kegiatan utama seperti pekerjaan dan pendidikan.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana Nest Coffee berperan sebagai ruang alternatif bagi kegiatan komunitas musik.
3. Untuk menjelaskan bagaimana kerjasama yang terjalin antara komunitas musik dan Nest Coffee dalam membangun keuntungan kedua belah pihak.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya. Adapun manfaat pada penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperluas kajian Sosiologi *Leisure*, khususnya dalam memahami dinamika kelompok sosial yang terbentuk di tengah masyarakat modern. Dalam konteks ini, peneliti tidak hanya membahas *Leisure* sebagai aktivitas rekreasi semata, tetapi juga sebagai praktik sosial yang memiliki makna kultural, simbolik, dan identitas bagi komunitas tertentu. Selain itu, penelitian ini menjembatani kajian antara sosiologi *Leisure*, seni sebagai ekspresi budaya, dan konsep ruang ketiga sebagai ruang sosial alternatif yang tumbuh di tengah budaya urban. Secara akademik, penelitian ini juga menjadi bentuk konkret dari penerapan ilmu yang telah dipelajari selama di bangku perkuliahan, sekaligus memperlihatkan relevansi teori-teori sosiologi dalam membaca fenomena sosial kontemporer.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian sejenis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menambah wawasan dan kesadaran masyarakat termasuk pihak pengelola ruang publik seperti pemilik kedai kopi akan pentingnya menciptakan dan mempertahankan ruang ketiga yang inklusif dan produktif. Dengan ini, komunitas-komunitas dapat terus berkarya, membangun jaringan sosial, dan memperkuat eksistensinya di tengah dinamika kota yang semakin kompetitif. Lebih jauh, hasil penelitian ini juga dapat mendorong terbentuknya kolaborasi antara berbagai pihak dalam mendukung perkembangan komunitas kreatif, serta memfasilitasi kegiatan seni dan budaya sebagai bagian integral dari kehidupan masyarakat.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Dalam menyelesaikan penelitiannya, peneliti menggunakan beberapa literatur sejenis sebagai bahan pertimbangan dan acuan bagi peneliti. Tinjauan pustaka sejenis juga berguna dalam memperdalam dan memperkuat isi yang dibahas di dalam penelitian serta mengetahui persamaan dan perbedaan dari bacaan-bacaan yang menjadi referensi peneliti.

Penelitian pertama yang digunakan peneliti adalah jurnal yang berjudul “Kedai Kopi dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern”. Jurnal tersebut mencoba mengkaji keberadaan ruang publik modern dalam bentuk komunitas sosial di sebuah kedai kopi. Kedai kopi memiliki daya tarik dengan menjadi alasan lahirnya sebuah komunitas seni yang didalamnya terdapat kebebasan ekspresi tanpa adanya tekanan. Ruang Publik yang terbentuk di kedai kopi memiliki peran yang cukup berpengaruh dalam proses terbentuknya komunitas di sebuah kedai kopi. Kedai kopi menjadi penyedia tempat untuk mereka berkumpul, berdiskusi, dan melakukan aktivitas komunikasi lainnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedai kopi pada saat ini tidak hanya menjadi tempat untuk sekedar menyajikan kopi atau minuman lainnya saja, tetapi kedai kopi dapat memberikan sebuah ruang bagi suatu kelompok atau komunitas dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Dalam hal ini, ruang yang diberikan bagi komunitas seni di kedai kopi yaitu sebuah *art space* dimana mereka bisa dengan leluasa mengekspresikan diri mereka. *Art space* ini menjadi ruang yang inklusif dan fleksibel, memungkinkan para pelaku seni untuk mengekspresikan identitas, gagasan, dan karya mereka secara lebih leluasa dan organik. Kehadiran *art space* di dalam kedai kopi memperlihatkan adanya kesadaran akan pentingnya ruang alternatif yang dapat menjembatani kebutuhan komunitas kreatif dengan masyarakat luas.⁷

Penelitian kedua adalah jurnal yang berjudul “Peran Strategis Warung Kopi Sebagai Sarana Belajar Bagi Mahasiswa di Kota Langsa” menjelaskan bahwa peran sebuah warung kopi bukan hanya sebagai tempat jual beli makanan dan minuman serta meluangkan waktu senggang, tetapi memberikan apa yang dibutuhkan oleh para pengunjung.

Hasil dari penelitian dalam literatur ini menunjukkan bahwa warung kopi sudah menjadi bagian dari ranah publik untuk berinteraksi. Hasil dari interaksi yang terjadi menghasilkan suatu hubungan sosial di dalamnya yang akan menambah wawasan dan pengetahuan serta informasi dari masing-masing pengunjung. Warung kopi menjadi sarana untuk berinteraksi antar kalangan. Hubungan yang terjalin di warung kopi secara terus menerus menjadikan warung kopi sebagai media untuk membentuk jaringan sosial.⁸

Penelitian ketiga adalah jurnal yang berjudul ‘Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Anak Muda’. Jurnal ini membahas tentang

⁷ Eka Perwitasari Fauzi, “*Kedai kopi dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern*”, Jurnal Jurnalisa, 2019, Vol.5 No.1.

⁸ Asrul Asrul, “*Peran Strategis Warung Kopi Sebagai Sarana Belajar Bagi Mahasiswa Di Kota Langsa*”, Jurnal Al-Fikrah, 2022, Vol.11 No.2, hlm. 118-134.

bagaimana pola dan gaya hidup anak muda yang cenderung berorientasi pada nilai prestise, Nilai prestise anak muda tersebut terlihat dari gaya hidup hedonis yang dilakukan *di Coffee Shop*.

Hasil kajian dalam literatur ini menunjukkan beberapa karakteristik remaja yang menjadi pendukung kecenderungan gaya hidup hedonis. Masa remaja merupakan fase transisi di mana individu sedang berada dalam proses pencarian jati diri, identitas sosial, serta kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Dalam konteks ini, gaya hidup hedonis ditandai dengan orientasi pada kesenangan, konsumsi, dan pencarian pengalaman baru yang sering kali menjadi sarana bagi remaja untuk mengekspresikan kebebasan, eksistensi, dan afiliasi kelompok. Gaya hidup tersebut menjadi sebuah wujud ekspresi dan perilaku eksperimental yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu hal yang baru.⁹

Penelitian keempat adalah jurnal yang berjudul “Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta” mendeskripsikan tentang bagaimana gaya hidup nongkrong di warung kopi dan faktor yang membelakanginya. Mahasiswa yang nongkrong di warung kopi memiliki berbagai aktivitas meliputi menikmati suasana, mengerjakan tugas, rapat, bercengkerama dengan teman, dan bermain musik. Durasi waktu yang dihabiskan oleh mereka untuk nongkrong sekitar 3-15 jam.

Hasil dari penelitian ini adalah tujuan utama mahasiswa nongkrong di warung kopi untuk berkumpul dan berinteraksi dengan teman-temannya. Terdapat dua faktor yang melatarbelakangi kegiatan nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motif pribadi seperti keinginan untuk merasa diterima, kebutuhan akan kenyamanan sosial, serta pengalaman dan pengamatan sebelumnya yang membentuk preferensi

⁹ Elly Herlyana, “*Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda*”, THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam, Vol.13 No.1, hlm. 187-204.

individu terhadap tempat-tempat nongkrong. Sementara itu, faktor eksternal mencakup pengaruh kelompok referensi, di mana mahasiswa cenderung mengikuti kebiasaan atau tren yang berlaku dalam lingkungan pertemanannya.¹⁰

Penelitian kelima adalah jurnal yang berjudul “Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik di Kalangan Remaja”. Jurnal tersebut menjelaskan mengenai 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. 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.

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. 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. Kedai kopi sebagai ruang publik menjadi sebuah tempat berkumpul yang memiliki ruang bertujuan untuk membentuk aktivitas yang berguna, dapat dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi secara bebas, serta menemukan relasi baru dari tiap komunitas.¹¹

Penelitian keenam dengan judul “Pertunjukan Musik Akustik Dalam Proses Komodifikasi Cozy di Kedai Kopi Demang Surakarta”. Penelitian tersebut memiliki ketertarikan terhadap gaya hidup komunitas yang sering nongkrong di

¹⁰ Dea Ayu Pramita, “Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta”, Jurnal Pendidikan Sosiologi, 2016, Vol.5 No.6.

¹¹ Sandra Olifia, Solten Rajagukguk, & Astri Ananda, “Makna kedai kopi sebagai ruang publik di kalangan remaja”, Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 2022, Vol.27 No.3, hlm. 251-266.

Kedai Kopi Demang. Tujuan penelitian untuk mengungkap peran pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang Surakarta.

Hasil dari penelitian ini adalah menjelaskan bahwa musik akustik telah mengalami pergeseran secara prinsipal menyesuaikan konteks kebutuhannya di Kedai Kopi Demang. Bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang bersifat terstruktur dan sistematis karena unsur-unsur atau komponen-komponen pertunjukannya memiliki suatu pola dasar atau keterhubungan satu sama lain dalam konteks komodifikasi *cozy*. Komodifikasi *cozy* ini menjadikan musik tidak sekadar sebagai bentuk hiburan atau ekspresi seni, tetapi juga sebagai elemen yang memiliki nilai jual dan fungsi komersial. Pertunjukan musik akustik pun diposisikan sebagai elemen estetika yang memperkuat *brand* dan identitas ruang kedai kopi, menyatu dengan interior, pencahayaan, serta menu yang ditawarkan.¹²

Penelitian ketujuh dengan judul “*The Social Life of Coffee: The Emergence of The British Coffeeshouse*” oleh Brian Cowan. Penelitian ini membahas mengenai peran yang dimainkan oleh kedai kopi dalam mengubah lanskap sosial di Inggris pada abad ke-17 dan ke-18. Kedai kopi bukan hanya tempat untuk minum kopi, melainkan juga menjadi pusat interaksi sosial yang penting.

Hasil penelitian ini menjelaskan pentingnya peran kedai kopi dalam memberi ruang bagi pertukaran ide dan gagasan baru serta sebagai wadah bagi inovasi sosial dan budaya pada masa itu. Kedai kopi menjadi semacam *public sphere* yang memungkinkan munculnya dialog kritis, memperluas akses terhadap pengetahuan, serta menguatkan jaringan sosial antar individu dari berbagai latar belakang. Fungsi ini menjadikan kedai kopi sebagai ruang transformasi sosial, di mana ide-ide baru dilahirkan dan dapat berkontribusi pada perubahan sosial. Bahwa kedai

¹² Eko Yulianto, “Pertunjukan Musik Akustik Dalam Proses Komodifikasi Cozy di Kedai Kopi Demang Surakarta” (Doctoral dissertation, INSITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA), 2019.

kopi memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk dinamika sosial dan intelektual masyarakat Inggris pada masa periode tertentu dalam sejarah.¹³

Penelitian kedelapan adalah jurnal yang ditulis Andrea Gordon yang berjudul “*Community Music, Place and Belonging in the Bega Valley, NSW, Australia*”. Jurnal ini membahas mengenai pentingnya keberadaan komunitas musik dalam menjaga keberlanjutan budaya dan memperkuat identitas serta kebersamaan di wilayah pedesaan Australia, khususnya di Bega Valley. Aktivitas komunitas musik seperti paduan suara menjadi salah satu bentuk kreativitas warga yang terlibat secara langsung dalam kehidupan sosial dan emosional. Dalam konteks ini, musik tidak hanya sebagai hiburan tetapi menjadi sarana ekspresi diri, serta membangun koneksi sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan empat temuan utama, yaitu pertama musik digunakan individu sebagai sarana untuk membentuk identitas diri dan rasa memiliki terhadap komunitas. Kedua, walaupun ditempat tersebut tidak memiliki pasar musik yang kuat secara ekonomi, namun kegiatan bermusik tetap berkembang pesat dan menjadi bagian penting bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, manfaat musik sangat bergantung pada konteks tempat tinggal yaitu di Bega valley. Keempat, terdapat arus migrasi penduduk yang membawa musisi profesional ke daerah yang memperkuat kreativitas kolektif oleh komunitas lokal.¹⁴

Penelitian kesembilan merupakan sebuah jurnal berjudul “*Leisure-Time Music Groups and Their Localities: Exploring the Commercial, Educational and Reciprocal Relationships of Amateur Music-Making*” oleh Stephanie E. Pitts. Penelitian ini membahas mengenai peran kelompok musik amatir sebagai aktivitas *Leisure* yang memiliki dampak signifikan terhadap komunitas lokalnya. Melalui

¹³ Brian Cowan, “*The social life of coffee: The emergence of the British coffeeshouse*”, Yale University Press, 2008.

¹⁴ Andrea Gordon, “*Community music, place and belonging in the Bega Valley, NSW, Australia*”, Master’s thesis, University of Wollongong, 2012.

survei nasional yang dilakukan terhadap 599 anggota kelompok musik amatir di Inggris, penelitian ini mengungkap bahwa keterlibatan dalam kelompok musik di waktu senggang tidak hanya memberikan kepuasan pribadi dan sosial bagi anggotanya, tetapi juga menciptakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sekitar ke dalam tiga aspek utama, yaitu komersial, edukatif, dan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok musik di waktu luang berfungsi sebagai ruang sosial dimana individu bisa berekspresi, berjejaring, dan berkontribusi dalam kegiatan sosial secara sukarela. Aktivitas dalam kelompok musik ini menciptakan ikatan sosial yang kuat antar anggota, memperkuat solidaritas, dan membentuk komunitas yang inklusif serta suportif. Kelompok musik menjadi wahana penting bagi pembelajaran bersama, pertukaran pengalaman, serta pengembangan keterampilan yang tidak hanya berdampak pada anggotanya, tetapi juga memperkaya kehidupan sosial budaya di lingkungannya. Meskipun tantangan seperti rendahnya partisipasi generasi muda dan kurang dukungan kebijakan yang dihadapi, kelompok-kelompok ini tetap menjadi kekuatan sosial yang penting dalam membentuk ekologi budaya suatu daerah.¹⁵

Penelitian kesepuluh ditulis oleh Bradley H. Camp yang berjudul “*A Study of Third Place: Benefits of Shared Leisure Practices in Public Gathering Places*”. Penelitian ini berfokus pada konsep “*third place*” atau ruang ketiga yang berfungsi sebagai wadah aktivitas *Leisure* bersama yang penuh makna sosial. Penelitian menunjukkan bahwa ruang ketiga seperti Village Pub di East Nashville bukan hanya tempat bersantai, tetapi juga memfasilitasi interaksi sosial, memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas (*sense of community*), dan mempererat ikatan emosional terhadap suatu tempat (*sense of place*).

Hasil dari penelitian ini adalah menjelaskan bahwa ruang ketiga mampu menjadi arena penting bagi praktik *Leisure* yang kolektif terutama musik.

¹⁵ Stephanie E. Pitts, “*Leisure-time music groups and their localities: Exploring the commercial, educational and reciprocal relationships of amateur music-making*. Music and Letters”, 2020, Vol. 101 No. 1, hlm.120-134.

Aktivitas *Leisure* yang terjadi secara informal dan partisipatif dalam ruang ketiga mampu menciptakan ikatan sosial antar individu dari berbagai latar belakang, serta manfaat emosional dan spiritual bagi para partisipan. Penelitian ini juga menegaskan bahwa penggunaan ruang ketiga secara rutin dapat bernilai positif dengan meningkatnya rasa keterikatan terhadap lingkungan sekitar dan komunitas sosialnya. Dalam konteks komunitas musik, ruang ketiga menjadi tempat strategis bagi tumbuhnya solidaritas sosial, kreativitas kolektif, dan kesejahteraan emosional yang menjadikan aktivitas musik sebagai bentuk *Leisure* yang bermakna dan transformatif.¹⁶

¹⁶ Bradley H. Camp, “*A study of third place: Benefits of shared leisure practices in public gathering places*”, (Doctoral dissertation, Middle Tennessee State University), 2015.

Tabel 1. 1 Perbandingan Tinjauan Pustaka Sejenis

No	Nama Peneliti/Judul/Jenis Pustaka	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Eka Perwitasari Fauzi/ Kedai Kopi dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern/Jurnalisa Vol.5 No.1 (2019)	Kualitatif	Menunjukkan bahwa kedai kopi dapat memberikan ruang bagi suatu kelompok atau komunitas dengan fasilitas yang tersedia, yaitu sebuah <i>art space</i> bagi komunitas seni.	Peran kedai kopi sebagai ruang publik dengan memberi fasilitas terhadap komunitas untuk mengekspresikan diri mereka.	Jurnal ini hanya berfokus mengenai pemberian ruang bagi komunitas seni, sedangkan peneliti juga melihat bagaimana bentuk interaksi komunitas sehingga membangun sebuah peran ruang ketiga.
2.	Astrul/Peran Strategis Warung Kopi Sebagai Sarana Belajar Bagi Mahasiswa Di Kota Langsa/Jurnal Al-Fikrah Vol.11 No.2 (2022)	Kualitatif	Warung kopi sudah menjadi bagian dari ranah publik untuk berinteraksi. Hasil dari interaksi yang terjadi menghasilkan suatu hubungan sosial di dalamnya yang akan menambah wawasan dan pengetahuan serta informasi dari masing-masing pengunjung.	Membahas hubungan dan interaksi sosial konsumen di tempat kopi sebagai ruang publik.	Dalam jurnal ini tidak membahas mengenai keberadaan komunitas di kedai kopi dalam perannya sebagai ruang ketiga.
3.	Elly Herlyana/ Fenomena <i>Coffee Shop</i> Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Anak Muda/Thaqafiyat Vol.13 No.1 (2012)	Kualitatif	karakteristik remaja yang menjadi pendukung kecenderungan gaya hidup hedonis. Gaya hidup tersebut menjadi sebuah wujud ekspresi dan perilaku eksperimental yang dimiliki remaja untuk	Melihat konsumen berkunjung ke kedai kopi terutama kalangan remaja.	Jurnal ini berfokus kepada perilaku dan gaya hidup remaja di kedai kopi, sedangkan peneliti melihat bentuk interaksi konsumen yang ada di kedai kopi.

No	Nama Peneliti/Judul/Jenis Pustaka	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Dea Ayu Pramita dan V. Indah Sri Pinasti M.Si/ Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta/Jurnal Pendidikan Sosiologi	Kualitatif	mencoba sesuatu hal yang baru. Terdapat dua faktor yang melatarbelakangi kegiatan nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup. Faktor internal meliputi motif dan pengalaman serta pengamatan, sedangkan faktor eksternal meliputi kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya masyarakat.	Membahas motif dan pengalaman sebagai alasan kehidupan di kedai kopi.	Jurnal ini hanya fokus mengenai gaya hidup dan faktor-faktor yang melatarbelakanginya, sedangkan peneliti berfokus pada peran ruang ketiga pada kedai kopi.
5.	Sandra Olifia, Solten Rajagukguk dan Astri Ananda/ Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik di Kalangan Remaja/Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.XXXVII No.3 (2022)	Kualitatif	Kedai kopi sebagai ruang publik menjadi sebuah tempat berkumpul yang memiliki ruang bertujuan untuk membentuk aktivitas yang berguna, dapat dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi secara bebas, serta menemukan relasi baru dari tiap komunitas.	Mengacu pada peran kedai kopi sebagai ruang publik.	Pada jurnal ini hanya membahas tentang kalangan remaja, sedangkan peneliti berfokus terhadap suatu komunitas.
6.	Eko Yuliyanto/ Pertunjukan Musik Akustik Dalam Proses Komodifikasi Cozy di Kedai Kopi Demang Karya Surakarta/Skripsi Ilmiah (2019)	Kualitatif	Kehadiran kelompok musik akustik telah mengalami pergeseran secara prinsipal menyesuaikan konteks kebutuhannya di Kedai Kopi Demang.	Keberadaan komunitas musik yang melakukan kegiatan di kedai kopi.	Jurnal ini terlalu mengarah pada bentuk komodifikasi yang terjadi pada kelompok musik, sedangkan peneliti membahas mengenai kegiatan komunitas musik

No	Nama Peneliti/Judul/Jenis Pustaka	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Brian Cowan/ <i>The Social Life of Coffee: The Emergence of The British Coffeehouse</i> /Buku	Kualitatif	Pentingnya peran kedai kopi dalam memberi ruang bagi pertukaran ide dan gagasan baru serta sebagai wadah bagi inovasi sosial dan budaya pada masa itu dengan membentuk dinamika sosial dan intelektual masyarakat Inggris pada masa periode tertentu dalam sejarah.	Membahas mengenai peran kedai kopi yang memberi ruang dan wadah bagi masyarakat.	Pada jurnal ini tidak dibahas mengenai bagaimana peran kedai kopi terhadap suatu komunitas seperti yang peneliti lakukan dalam penelitian ini dimana berfokus terhadap keberadaan komunitas.
8.	Andrea Gordon/ <i>Community music, place and belonging in the Bega Valley, NSW, Australia</i> / Thesis, University of Wollongong (2012).	Kualitatif	Menunjukkan empat temuan utama: (1) musik digunakan individu untuk membentuk identitas diri dan rasa memiliki terhadap komunitas; (2) meskipun tidak ada pasar musik yang mapan secara ekonomi, aktivitas bermusik tetap berkembang pesat; (3) manfaat musik sangat bergantung pada konteks tempat tinggal, dalam hal ini Bega Valley; dan (4) adanya arus migrasi penduduk yang membawa musisi profesional ke daerah ini memperkuat	Menunjukkan bagaimana musik komunitas di ruang alternatif (ruang ketiga) berperan penting sebagai aktivitas <i>Leisure</i> yang berdampak pada kesejahteraan sosial dan kultural anggotanya.	Penelitian ini tidak berfokus pada ruang urban atau semi-urban, dengan kedai kopi sebagai ruang ketiga modern dan terbuka, lebih bersifat <i>casual</i> dan terhubung dengan gaya hidup perkotaan.

No	Nama Peneliti/Judul/Jenis Pustaka	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
9.	Stephanie E. Pitts/ <i>Leisure-time music groups and their localities: Exploring the commercial, educational and reciprocal relationships of amateur music-making.</i> Journal Department of Music, University of Sheffield Vol. 101 No. 1, hlm.120-134 (2020)	Kualitatif	<p>keaktivitas komunitas lokal.</p> <p>Keterlibatan dalam kelompok musik di waktu senggang bukan hanya memberikan kepuasan pribadi dan sosial bagi anggotanya, tetapi juga menciptakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sekitar dalam tiga aspek utama: komersial, edukatif, dan sosial.</p>	<p>Komunitas musik di kedai kopi, ruang ketiga dimaknai sebagai tempat yang mendukung interaksi sosial yang santai namun produktif, di luar tekanan rumah dan pekerjaan.</p>	<p>Jurnal ini berfokus pada kelompok musik amatir yang cenderung terorganisir secara formal seperti paduan suara dan orkestra komunitas.</p>
10.	Bradley H. Camp/ <i>"A study of third place: Benefits of shared Leisure practices in public gathering places"</i> Doctoral dissertation, Middle Tennessee State University (2015).	Kualitatif	<p>Ruang ketiga Village Pub di East Nashville bukan hanya tempat bersantai, tetapi juga memfasilitasi interaksi sosial, memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas (<i>sense of community</i>), dan pemererat ikatan emosional terhadap suatu tempat (<i>sense of place</i>).</p>	<p>Keterlibatan dalam ruang ketiga secara rutin dapat memperkuat ikatan dengan tempat dan komunitas. Ini ditunjukkan melalui kebiasaan menjadi "pengunjung tetap" yang merasa nyaman, dikenal, dan diakui.</p>	<p>Pada jurnal ini penelitian berfokus pada sebuah pedesaan yang khas dengan suasana bar, komunitas lokal, dan budaya minum bir dengan santai tanpa berfokus khusus terhadap musik, sedangkan peneliti melakukan di perkotaan dengan perkembangan teknologi dan budaya yang berbeda.</p>

1.6 Kerangka Konseptual/Teori

Agar penelitian ini dapat dianalisis lebih dalam dan lebih baik, maka diperlukan adanya kerangka teori atau konsep yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini dengan tujuan memberikan kemudahan pemahaman dalam menyelesaikan penelitian ini.

1.6.1 Komunitas Musik

Komunitas musik dapat dipahami sebagai sebuah kelompok sosial yang terbangun dari kesamaan minat terhadap genre atau jenis musik tertentu. Dalam kerangka ini, musik tidak lagi sekadar dianggap sebagai produk hiburan, tetapi menjelma menjadi sarana penting dalam membangun interaksi sosial, solidaritas, serta identitas kolektif antar individu. Musik menjadi medium komunikasi yang merekatkan anggotanya dan memberikan ruang untuk mengekspresikan nilai-nilai sosial secara bersama. Meskipun komunitas musik tidak memiliki struktur formal, namun memiliki tata kelola internal yang kuat melalui komunikasi partisipatif yang menekankan prinsip kesetaraan dan kolaborasi antar penggiatnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas musik dapat membentuk struktur sosial yang kohesif di luar institusi formal.¹⁷

Beberapa komunitas musik fokus pada genre musik tertentu, seperti *rock*, jazz, klasik, atau elektronik, sementara yang lainnya lebih umum dan inklusif terhadap berbagai genre. Mereka juga bisa memiliki tujuan tertentu, seperti mendukung musisi lokal, mengadakan acara atau konser, atau bahkan memberikan pelatihan musik kepada anggotanya. Hal lain yang sering terjadi di komunitas musik adalah kolaborasi antar anggota, baik dalam membuat musik bersama atau dalam proyek-proyek kreatif lainnya. Komunitas ini dapat menjadi tempat yang mendukung bagi individu yang ingin mengembangkan keterampilan musik mereka dan menjalin hubungan dengan sesama pecinta musik.

¹⁷ Rachmad Febrianto & Awang Dharmawan, *Manajemen komunikasi program kegiatan komunitas musik Tanam Karya dalam menyampaikan kritik sosial. The Commercium*. 2024.

1.6.2 Ruang Ketiga Menurut Ray Oldenburg

Ruang Ketiga adalah ruang diantara Ruang Pertama (tempat tinggal) dan Ruang Kedua (tempat bekerja), yang digunakan sebagai tempat bersosialisasi dan berkomunikasi secara informal, dalam suasana ruang yang nyaman seperti layaknya rumah.¹⁸ Dalam pengertian Oldenburg, ruang ketiga ini dapat berupa *café*, *barber shop*, pasar, gereja, perpustakaan dan lainnya.¹⁹ Ruang Ketiga sendiri dapat dilihat dari sudut pandang pengunjungnya, yaitu melihat kedudukan *place/ruang* berdasarkan makna yang dialami oleh individu dikategorikan sebagai *place-as-practical* (kebutuhan ruang sesuai fungsi utamanya), *place-as-gathering* (kebutuhan ruang sebagai tempat berkumpul).

Menurut Oldenburg, Ruang Ketiga memiliki karakter sebagai berikut:

1. Wilayah yang Netral (*On Neutral Ground*)

Memungkinkan hubungan yang jauh lebih informal, bahkan intim, di antara orang-orang daripada yang bisa dilakukan di rumah. Harus ada tempat di mana setiap orang bisa datang dan pergi sesuka hati, di mana tidak ada yang diharuskan menjadi tuan rumah, dan semua orang merasa betah dan nyaman.

2. Kesetaraan Ruang Ketiga (*The Third Place is a Leveler*)

Ada kecenderungan bagi individu untuk memilih rekan, teman, dan teman dekat mereka dari antara mereka yang paling dekat dengan mereka dalam peringkat sosial. Ruang ketiga melawan kecenderungan untuk membatasi hak orang lain dengan bersikap terbuka terhadap semua orang dan dengan memberikan penekanan pada kualitas yang tidak terbatas pada perbedaan status yang ada di masyarakat.

¹⁸ Ray Oldenburg, "The Great Good. *Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at The Heart of a Community Centers*", 2009.

¹⁹ *Ibid.*

3. Interaksi Sebagai Aktivitas Utama (*Conversation Is the Main Activity*)

Ciri utama yang menandakan keberadaan tempat ketiga adalah percakapan yang berlangsung di dalamnya—hidup, menarik, penuh warna, dan mengasyikkan. Percakapan di tempat ini begitu seru hingga orang sering lupa waktu dan lingkungan sekitar. Lebih dari sekadar berbicara, percakapan di tempat ketiga berjalan seperti permainan yang menyatu dengan berbagai aktivitas lain.

4. Kemudahan Aksesibilitas dan Akomodasi (*Accessibility and Accomodation*)

Ruang ketiga yang ideal adalah tempat yang bisa dikunjungi kapan saja, siang atau malam, dengan kepastian bahwa akan ada kenalan di sana. Agar tetap berfungsi dan menarik, tempat ini harus mudah diakses, baik dari segi lokasi maupun waktu. Ruang ketiga harus siap menjadi ruang untuk bersosialisasi dan bersantai di sela-sela kesibukan seseorang, baik sebelum, di antara, atau setelah aktivitas utama mereka. Selain faktor waktu, lokasi juga sangat penting. Jika tempat ketiga terlalu jauh dari tempat tinggal seseorang, daya tariknya akan berkurang karena dua alasan: perjalanan ke sana menjadi merepotkan, dan kemungkinan untuk mengenal pengunjung lain pun lebih kecil.

5. Kehadiran Pelanggan Tetap (*The Regulars*)

Yang membuat orang terus datang ke tempat ketiga bukanlah fasilitas atau layanan dari manajemen, tetapi kehadiran sesama pengunjung. Tanpa orang-orang yang tepat, tempat ketiga hanyalah ruang kosong tanpa kehidupan. Pelanggan tetaplah yang membentuk karakter tempat tersebut dan menciptakan suasana yang nyaman. Mereka juga yang memastikan bahwa setiap kali seseorang datang, selalu ada teman atau kenalan yang bisa dia temui di sana.

6. Tidak Mencolok (*A Low Profile*)

Secara fisik, tempat ketiga biasanya sederhana dan tidak terlalu mencolok. Tempat ini jarang memiliki desain yang mewah atau menarik perhatian. Dalam budaya yang lebih mementingkan penampilan daripada makna, ruang ketiga mungkin tidak terlihat istimewa bagi orang yang belum mengenalnya. Namun, justru kesederhanaan inilah yang membuat pengunjung merasa nyaman, tanpa merasa terdominasi oleh lingkungan sekitarnya. Profil visualnya yang rendah juga mencerminkan bagaimana tempat ini sering kali tidak dianggap istimewa oleh mereka yang sudah terbiasa mengunjunginya.

7. Suasana Menyenangkan (*The Mood Is Playful*)

Suasana di ruang ketiga selalu terasa menyenangkan dan santai. Percakapan yang berlangsung jarang bertahan dalam suasana serius terlalu lama, karena tempat ini lebih ditujukan untuk kebersamaan yang ringan. Kadang-kadang, suasana ceria terlihat jelas, misalnya saat orang-orang tertawa dan bercanda dengan riuh. Yang terpenting, ruang ketiga selalu dipenuhi dengan semangat bermain dan kebersamaan.

8. Rumah di Luar Rumah (*A Home Away from Home*)

Dalam banyak hal, ruang ketiga sering kali lebih unggul dibandingkan tempat lainnya. Beberapa orang berpendapat bahwa justru kesamaannya dengan rumah yang nyaman—bukan perbedaannya—yang membuatnya menjadi ancaman. Faktanya, inilah yang sering terjadi: tempat ketiga terasa lebih seperti rumah daripada rumah itu sendiri.

Ruang ketiga adalah ruang netral yang menyatukan orang-orang dalam kesetaraan sosial. Di sini, percakapan menjadi aktivitas utama yang memungkinkan individu mengekspresikan kepribadian dan identitas mereka. Ruang Ketiga dalam wujud dasarnya merupakan ruang yang secara bentuk relatif sederhana, bernuansa menyenangkan, dan didominasi oleh interaksi

informal para pengunjungnya. Ruang ketiga umumnya buka di luar jam kerja serta pada waktu-waktu lain yang memungkinkan orang untuk bersosialisasi.

Karakter ruang ketiga sangat bergantung pada pelanggan tetapnya dan ditandai oleh suasana yang santai serta menyenangkan sehingga berbeda dengan lingkungan lain yang lebih serius. Meskipun berbeda dari rumah dalam banyak aspek, tempat ketiga memberikan kenyamanan psikologis dan dukungan sosial yang mirip dengan rumah yang baik.

1.6.3 Aktivitas *Leisure* Menurut John Wilson

Leisure secara bahasa dapat berarti waktu luang, kesenggangan, dan kelapangan. Menurut Wilson, *Leisure* adalah waktu bebas dari pekerjaan atau kewajiban rutin, di mana individu memiliki kebebasan memilih kegiatan sesuai dengan minat dan keinginan mereka.²⁰ Pernyataan inipun juga didukung oleh Parker yang secara rinci menjelaskan *Leisure* sebagai waktu bebas dari kewajiban kerja dan tugas rutin, yang memungkinkan individu melakukan kegiatan untuk kesenangan, relaksasi, pengembangan diri, dan interaksi sosial.²¹ Menurut Roberts, *Leisure* memiliki makna yang dinamis, dipengaruhi oleh budaya, teknologi, dan struktur sosial.²² Struktur sosial yang dimaksud dapat mempengaruhi kegiatan *Leisure* menurut Wilson antara lain ialah Kelas Sosial: Pendapatan, status sosial, dan status pekerjaan memengaruhi akses terhadap kegiatan rekreasi.²³ Orang-orang dari kelas menengah dan atas cenderung memiliki lebih banyak waktu dan sumber daya untuk menikmati rekreasi dibandingkan dengan orang-orang dari kelas pekerja; Gender: Perempuan sering menghadapi batasan waktu dan ekspektasi sosial karena peran gender tradisional

²⁰ John Wilson, "Sociology of leisure", *Annual Review of Sociology*, 1980, Vol.6, hlm. 21-40.

²¹ Stanley Parker, "The Sociology of leisure : Progress and problems", *The British Journal of Sociology*, 1983, Vol.26 No.1, hlm.91-101.

²² Ken Roberts, "Sociology of leisure", *Sociopedia*, 2015, hlm. 1-13.

²³ John Wilson, *Loc. Cit.*

memengaruhi pilihan mereka dan kesempatan mereka untuk menikmati rekreasi; Usia: Jenis rekreasi yang dipilih dipengaruhi oleh usia seseorang; misalnya, anak-anak bermain, orang dewasa mencari hiburan atau pengembangan diri, dan orang tua lebih suka kegiatan santai.

Konsep dan praktik *Leisure* telah berubah seiring dengan perkembangan masyarakat dari era pra-industri hingga modern.²⁴ Namun pola perubahan ini tampak nyata terlihat pada saat revolusi industri berlangsung. Hal ini karena pada saat revolusi industri terjadi, pemisahan waktu kerja dan waktu luang semakin jelas.²⁵ Selain itu, urbanisasi dan teknologi juga merupakan aspek yang mempengaruhi pola *Leisure* itu sendiri karena dapat mengubah bentuk dan akses terhadap *Leisure*.²⁶ Praktik *Leisure* yang dipengaruhi oleh teknologi modern mencakup hiburan digital, media sosial, dan permainan daring. Perubahan-perubahan ini membawa tantangan baru, seperti keseimbangan waktu-kerja-hidup, perubahan sosial, fleksibilitas kerja, dan globalisasi. Teknologi dan media sosial juga membawa peluang baru untuk bersantai, tetapi juga membawa tantangan, seperti teknologi dan isolasi sosial²⁷.

Leisure dinilai sebagai bagian integral dari kehidupan manusia, Parker menyoroti hubungan antara pekerjaan dan *Leisure* dalam kehidupan modern.²⁸ Perubahan dalam pola kerja, seperti pengurangan jam kerja dan munculnya fleksibilitas kerja, memengaruhi ketersediaan waktu luang. *Leisure* menjadi bagian penting dari konstruksi identitas pribadi dan kelompok, dimana aktivitas *Leisure* dapat mencerminkan status sosial, gaya hidup, dan nilai-nilai budaya

²⁴ Stanley Parker, *Loc. Cit.*

²⁵ Ken Roberts, *Loc. Cit.*

²⁶ John Wilson, *Loc. Cit*

²⁷ Ken Roberts, *Loc. Cit*

²⁸ Stanley Parker, *Loc. Cit*

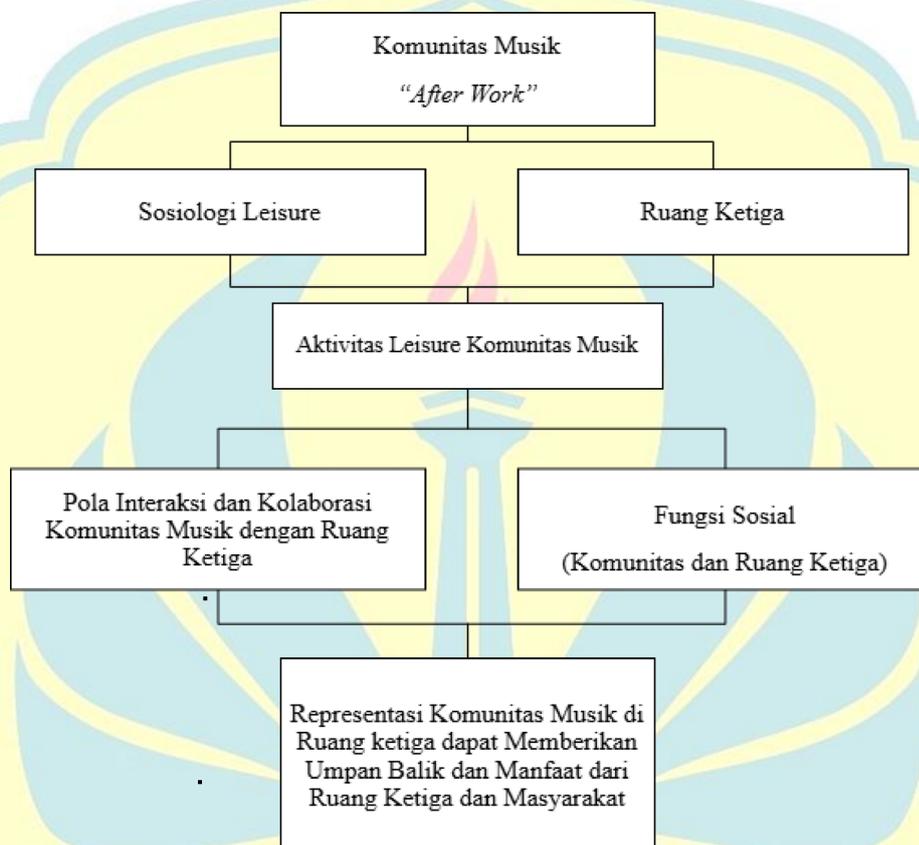
seseorang. Subkultur dan komunitas sering terbentuk berdasarkan minat *Leisure* yang sama, seperti olahraga, musik, atau hobi tertentu.²⁹

Leisure pun memiliki fungsi dan tantangan yang nyata dalam masyarakat. Wilson menyebutkan bahwa fungsi *Leisure* antara lain adalah *Leisure* membantu mengurangi stres dan menjaga keseimbangan hidup, sebagai sarana untuk membangun identitas pribadi dan sosial, dan mempromosikan kebersamaan, komunitas, dan solidaritas sosial.³⁰ Namun *Leisure* pada praktiknya tetap memiliki sejumlah masalah. Seperti yang dikatakan oleh Wilson yang menerangkan bahwa masalah *Leisure* mencakup pada kesenjangan akses, konsumsi berlebih, dan pengaruh teknologi ke dalam hal negatif.

²⁹ Ken Roberts, *Loc. Cit.*

³⁰ John Wilson, *Loc. Cit.*

Skema 1. 1 Kerangka Berpikir



Sumber : Hasil Analisis Peneliti

Kerangka berpikir pada skema 1.1 menggambarkan bahwa keberadaan komunitas musik yang tercipta karena tersedianya ruang publik yang mampu menjadi wadah bagi mereka untuk menyalurkan kegiatan-kegiatannya dalam mengisi waktu luang di tengah pekerjaan utama yang mereka lakukan seperti dengan melakukan pengembangan hobi di bidang seni dan musik. Keberadaan komunitas musik di ruang publik diharapkan mampu mempertahankan eksistensi komunitas itu sendiri didukung dengan beberapa strategi yang komunitas musik lakukan. Keterkaitan yang terjadi antara komunitas musik dan ruang ketiga menciptakan suatu fungsi sosial baik untuk komunitas musik, pemilik ruang ketiga, serta masyarakat sekitar.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif berfokus pada pencarian data secara mendalam dari permasalahan yang terjadi di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mencoba membangun sebuah realitas sosial. Penelitian kualitatif melibatkan peneliti yang mana peneliti juga terlibat dalam interaksi yang terjadi pada objek yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas melalui data-data dan fakta mengenai suatu fenomena. Penelitian menggunakan studi kasus yang mana peneliti terlibat dalam menyelidiki secara detail suatu peristiwa, aktivitas, atau sekelompok individu.³¹

Moleong menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, mencakup perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan mereka secara utuh. Pemahaman ini dilakukan melalui penyajian data dalam bentuk naratif, menggunakan bahasa serta kata-kata yang menggambarkan realitas subjek dalam konteks yang alami, dengan pendekatan yang memanfaatkan metode-metode alami pula. Senada dengan hal tersebut, Saryono menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menelusuri, menemukan, menggambarkan, serta menjelaskan kualitas dan karakteristik dari suatu pengaruh sosial yang tidak dapat dijabarkan, diukur, maupun dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif.³²

Menurut Basrowi dan Suwandi, pendekatan kualitatif dalam penelitian memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam kehidupan subjek, termasuk merasakan dan mengenali pengalaman-pengalaman yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah

³¹ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (Los Angeles: SAGE), 2018.

³² Abdul Fattah Nasution. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung, CV. Harfa Creative: 2023). Hlm 34.

memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap suatu konteks melalui uraian yang rinci dan mendalam mengenai kondisi yang dialami oleh subjek³³. Pendekatan ini menitikberatkan pada penilaian yang bersifat subjektif, yang berkaitan dengan sikap, pandangan, serta perilaku individu. Metode yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan pengumpulan data melalui dokumentasi.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data yang diinginkan. Selain itu, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif untuk melakukan penelitian karena dengan pendekatan deskriptif tepat untuk membahas permasalahan dan topik yang diangkat oleh peneliti. Pendekatan deskriptif ini berbentuk kata-kata, gambar, dan pengumpulan datanya dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan kualitatif karena mengamati secara langsung kejadian atau fenomena yang terdapat di ruang ketiga seperti kedai kopi.

1.7.2 Peran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti berperan dalam mengumpulkan data serta informasi yang didapatkan dari proses wawancara, observasi, dan beberapa sumber data sekunder. Peneliti juga berusaha untuk ikut terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan komunitas musik di Nest Coffee sehingga dapat berkomunikasi dan membaur dengan para informan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam. Hasil dari informan yang didapat dari informan berupa data-data kemudian dihubungkan dengan teori yang peneliti gunakan.

³³ Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008

1.7.3 Subjek Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentu diperlukan subjek penelitian. Subjek penelitian menjadi salah satu komponen terpenting dalam suatu penelitian karena terdapat data-data yang akan dianalisis. Dalam penelitian kualitatif, subjek sering kali disebut sebagai informan, partisipan, atau narasumber. Peran mereka menjadi penting karena melalui pengalaman, pandangan, serta informasi yang mereka sampaikan, peneliti dapat menggali data secara lebih mendalam dan memperoleh pemahaman yang valid mengenai topik yang dikaji. Pada proses pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria ini mencakup pemilihan individu yang dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan tema penelitian. Teknik ini umum digunakan dalam pendekatan kualitatif karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih spesifik dan kontekstual. Pemilihan subjek dalam penelitian ini disesuaikan dengan ketentuan dan pertimbangan yang telah dirancang oleh peneliti sebelumnya. Kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Tergabung ke dalam sebuah komunitas musik
2. Pernah melakukan penampilan musik di beberapa lokasi kedai kopi

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dari kedai kopi Nest Coffee, perwakilan dari setiap kelompok musik yang berjumlah 3 orang dan 1 orang konsumen di Nest Coffee. Informan dipilih oleh peneliti berdasarkan keterlibatannya secara langsung dalam proses kegiatan yang dilakukan di Nest Coffee. Informan yang dipilih dianggap memiliki informasi yang akan membantu penelitian mengenai eksistensi dan representasi komunitas musik di kedai kopi.

1.7.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan wawancara tatap muka secara langsung dengan para informan. Pelaksanaan wawancara secara langsung terhadap para informan dilakukan di Nest Coffee yang berlokasi di daerah Depok. Proses wawancara dengan beberapa informan terpilih dilakukan secara bergantian dengan jeda hari yang berbeda. Selain lokasi penelitian, waktu penelitian juga berperan dalam pengumpulan data dan informasi. Untuk waktu penelitiannya dilakukan selama 6 bulan, terhitung dimulai dari bulan Juni 2023 hingga November 2023. Adapun waktu penelitian tambahan yang dilakukan peneliti pada November 2024 hingga Januari 2025.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan peneliti dari hasil wawancara peneliti dengan informan yang merupakan pemilik kedai kopi dan anggota komunitas musik, hasil data pengamatan atau observasi, dan sumber data sekunder dari kegiatan komunitas musik di Nest Coffee. Pengumpulan data-data dilakukan dengan:

1.7.5.1 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan secara rinci dan mendalam untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan oleh peneliti. Wawancara ini akan bersifat fleksibel karena peneliti dapat mengubah bentuk pertanyaan wawancara, urutan pertanyaan, dan mengurangi atau menambah pertanyaan wawancaranya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai sumber data utamanya. Dalam melakukan wawancara ini, peneliti awalnya menentukan target informan yang sesuai kriteria untuk

dijadikan narasumber yang akan diwawancarai. Selanjutnya, peneliti akan meminta persetujuan dan ketersediaannya.

Wawancara yang dilakukan peneliti merupakan wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai garis besar dalam memberikan pertanyaan. Metode yang peneliti lakukan dengan metode yang bersifat personal yang tidak terlalu formal dan cenderung lebih kasual, diharapkan data yang didapatkan akan lebih mendalam. Dalam proses wawancara ini, peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan, namun tetap memiliki fleksibilitas untuk mengajukan pertanyaan diluar dari pertanyaan yang telah disiapkan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana hubungan komunitas musik dengan pihak ruang ketiga dalam melakukan kolaborasi yang memberikan keuntungan kedua belah pihak, serta mendapatkan informasi mengenai dampak-dampak yang tercipta dari pandangan pengamat musik sekaligus penulis musik.

1.7.5.2 Observasi

Observasi dilakukan peneliti dengan pengamatan kegiatan dan tempat yang menjadi lokasi kegiatan komunitas Musik yaitu di Jalan Perindustrian RTM, Depok. Pengamatan dilakukan dengan tujuan untuk melihat bagaimana suasana tempat para kelompok melakukan kegiatan serta peneliti juga mengamati aktivitas yang dilakukan para komunitas musik dengan tujuan peneliti akan mendapatkan informasi yang akurat dan juga sesuai dengan topik penelitian. Waktu pelaksanaan observasi bersamaan dengan pengambilan data saat wawancara.

1.7.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pencarian dan pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen yang informasi tersebut dapat mendukung informasi subjek penelitian. Dokumen yang digunakan meliputi

pengambilan gambar, hasil rekaman audio dan video . Selain itu, dokumentasi juga bisa berbentuk seperti catatan, buku, transkrip, jurnal, *e-book*, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan oleh peneliti sebagai penunjang penelitian adalah hasil wawancara dengan menggunakan rekaman suara atas jawaban yang telah dijabarkan dalam wawancara dari informan, gambar, dan yang terakhir dari data-data *online*.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Data yang sudah diperoleh merupakan penunjang awal dalam sebuah penelitian. Data yang diperoleh kemudian akan dianalisis dan dipakai sebagai bahan masukan untuk menarik kesimpulan. Dengan melihat besaran data yang diperoleh, maka keabsahan data tersebut akan menjadi valid. Namun, jika data yang telah diperoleh tidak ditemukan keabsahannya maka data tersebut dikatakan tidak valid. Keabsahan data disebut juga dengan validitas data. Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus berusaha untuk mencapai data yang valid. Teknik keabsahan data dapat juga dikatakan sebagai triangulasi. Triangulasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah diperoleh. Peneliti yang melakukan triangulasi adalah mereka yang sedang menguji kredibilitas data. Triangulasi data merupakan sebuah cara dalam memperoleh data yang valid dengan menggunakan metode ganda. Triangulasi merupakan teknik untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan pengaruh lain dari luar data itu sendiri. Triangulasi data terdapat beberapa cara, diantaranya:³⁴

1.7.6.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan metode verifikasi yang digunakan untuk memastikan keakuratan informasi dengan cara membandingkan data

³⁴ Bachtiar S Bachri. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 2010, Vol.10 No. 1. Hlm 54-57

yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Sebagai contoh, peneliti dapat mencocokkan hasil observasi dengan data dari wawancara atau membandingkan temuan lapangan dengan dokumen yang telah tersedia. Teknik ini berfungsi sebagai data pelengkap yang memperkuat keabsahan hasil penelitian dan memberikan dukungan yang lebih komprehensif terhadap temuan yang diperoleh.

1.7.6.2 Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti dapat digunakan dengan lebih dari satu peneliti dalam melaksanakan observasi maupun wawancara. Hal tersebut karena masing-masing peneliti memiliki ciri khas yang berbeda dalam gaya berbicara, sikap, hingga persepsi dalam melakukan suatu pengamatan fenomena yang hasil pengamatannya akan berbeda juga. Pengamatan yang dilakukan lebih dari dua peneliti akan memperoleh data yang lebih absah dan lebih lengkap. Triangulasi data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi secara langsung dengan informan yang menguasai ranah dalam topik penelitian ini, yaitu Mas DMH sebagai seorang musisi yang pernah menjadi *Creative Director* komunitas musik di Kafe Corps Cibubur.

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis dengan membagi menjadi beberapa bab agar lebih mudah dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini dibagi menjadi lima bab:

BABI : Bab ini tersusun dari latar belakang dan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti juga menulis tujuan serta manfaat dari penelitian secara akademik dan praktik. Terdapat tinjauan Pustaka sejenis yang digunakan peneliti sebagai bahan referensi penelitian. Bab 1 juga menjelaskan mengenai konsep yang digunakan dalam penelitian sebagai alat analisis dan menyebutkan

metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini.

BAB II : Bab II di dalam penelitian ini akan membahas mengenai profil singkat Nest Coffee dan komunitas musik *After Work* serta kegiatan komunitas musik di Nest Coffee. Hal tersebut dimaksudkan agar para pembaca dapat mengetahui profil dan bagaimana komunitas musik di Nest Coffee dapat terbentuk. Selain itu, bab ini juga membahas mengenai visi dan misi serta struktur kepengurusan di Nest Coffee, dan kelompok musik yang bergabung sebagai sebuah komunitas musik di Nest Coffee.

BAB III : Bab III ini akan menjelaskan mengenai terbentuknya ruang publik di Nest coffee, aktivitas komunitas musik, manfaat ruang ketiga bagi komunitas musik, serta dampak yang diterima Nest Coffee dengan kehadiran komunitas musik.

BAB IV : Bab ini akan berisikan analisis dari data-data yang diperoleh selama penelitian dilakukan. Bab ini menganalisis bentuk ruang yang diberikan para komunitas musik yang melakukan kegiatan di Nest Coffee. Selain itu bab ini juga menjelaskan faktor latar belakang komunitas musik yaitu mengisi waktu luang di ruang ketiga di Nest Coffee. Serta membahas manfaat dan umpan balik antara komunitas dan kedai kopi serta pendapat dari masyarakat.

BAB V : Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan didalam penelitian ini. Kesimpulan berisikan secara singkat jawaban-jawaban mengenai rumusan masalah pada penelitian ini sekaligus berisikan kritik dan saran.