

ABSTRAK

ASYROFIL ANAM. Analisis Budaya *Ngopi* Sebagai Gaya Hidup (Studi Pelanggan Warung Kopi “Sido Makmur” di Kabupaten Pamekasan). Skripsi. Universitas Trunojoyo Madura. 2023.

Komunikasi merupakan kebutuhan dan sarana paling utama dalam kehidupan manusia, skripsi ini bertujuan Menganalisis aktivitas ngopi sebagai gaya hidup di kalangan pelanggan Warung Kopi Sido Makmur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode interaktif Miles dan Huberman yang dilakukan dengan tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwagaya hidup ngopi yang ditampilkan adalah hubungan interpersonal yang terjadi berupa bentuk komunikasiyaitu: *pertama*; komunikasi verbal. Seperti berbicara dan diskusi dengan menggunakan bahasa daerah (kalau sedang ngobrol santai) dan juga bahasa Indonesia (kalau sedang berdiskusi masalah serius). *Kedua*; komunikasi *non* verbal seperti berjabat tangan, saling senyum, dan gaya berpakaian. "Ngopi" pada awalnya merupakan sebuah aktivitas remaja untuk mengisi waktu luang mereka guna melepas kepenatan. Namun,konsumenwarung kopi telah berubah.Warung kopi menjadi simbol kelas sosial bagi mereka. Gaya hidup penikmat warung kopi tidak lagi terikat oleh aturan, etika, prinsip, budaya, dan kebiasaan yang sebelumnya mereka anut. Pola ngopi di warung kopi menjadi penting dalam membentuk identitas diri mereka dalam masyarakat. Penikmat warung kopi mengekspresikan identitas mereka dengan ngopi di warung kopi, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis, tetapi sebagai bentuk pemenuhan hasrat diri dan pengejaran status sosial yang lebih tinggi.

Implikasi dari penelitian ini adalah (1) Untuk meningkatkan minat masyarakat berkunjung ke warung kopi, sebaiknya pengelola atau pemilik warung kopi menyediakan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik, untuk menambah rasa nyaman pengunjung warung kopi, khususnya pelaku bisnis. Perlunya mengembangkan atau menghadirkan menu kopi yang berbeda dari biasanya, agar penikmat kopi memiliki pilihan yang lebih banyak. (2) Warung kopi yang merupakan ruang interaksi public, selain menghadirkan menu pilihan kopi yang banyak, perlu juga memperhatikan keamanan disamping kenyamanan. Seperti adanya jaminan akan keamanan kendaraan dan kenyamanan saat berinteraksi.

Kata Kunci: Warung Kopi, Komunikasi, Gaya Hidup.

ABSTRACT

ASYROPHIL ANAM. *Analysis of Coffee Culture as a Lifestyle (Study of "Sido Makmur" Coffee Shop Customers in Pamekasan Regency)*. Thesis. Trunojoyo Madura University. 2023.

Communication is the most important need and means in human life, this thesis aims Analyzing coffee activity as a lifestyle among Warung Kopi Sido Makmur customers.

This study uses a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by observation, in-depth interviews and documentation. The data analysis technique uses the interactive Miles and Huberman method which is carried out in stages, namely data reduction, data presentation, and conclusions or verification.

The results of the study show that (the dynamics of the relationship at the coffee shop "Sido Makmur" is going well. The dynamics of interpersonal relationships that occur are in the form of two forms of communication, namely: first; verbal communication. Such as talking and discussing using local languages (if you are chatting casually) and also Indonesian (if discussing a serious matter). Second; non-verbal communication such as shaking hands, smiling, and hugging. Initially, drinking coffee was an activity for teenagers to fill their free time to release fatigue from daily routine activities at home, campus or in the office, where a cup of coffee can lighten the mood, they need a relaxed and calm atmosphere to refresh their minds by hanging out at a coffee shop after a day of struggling with their activities. However, in its development, coffee shops are now not just a place to provide coffee and consumers don't just enjoy coffee, coffee shops have now changed direction to become a second home for teenagers at this time, because coffee represents many activities from starting to engage in business together, exchanging ideas on work, providing information on job vacancies, reunions with old friends, and other conversations.

The implications of this research are (1) To increase public interest in visiting coffee shops, it is better for coffee shop managers or owners to provide better facilities and services, to increase the comfort of coffee shop visitors, especially business people. The need to develop or present a different coffee menu than usual, so that coffee connoisseurs have more choices. (2) Coffee shops which are spaces for public interaction, in addition to presenting a menu of many choices of coffee, need to pay attention to safety as well as convenience. As there is a guarantee of vehicle safety and comfort when interacting.

Keywords: Coffee Shop, Communication, Lifestyle.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Teori	7
2.1.1. Interaksionisme Simbolik.....	7
2.2. Definisi Konsep.....	10
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	10
2.2.2 Konsep Komunikasi Interpersonal	13
2.2.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal	14
2.2.4 Prinsip Komunikasi Interpersonal	16
2.2.5 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	16
2.2.6. Efektifitas Komunikasi Interpersonal	17
2.2.7 Pentingnya Hubungan Interpersonal.....	17
2.2.8. Hubungan Interpersonal (Dimensi Relasional).....	18
2.2.9. Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	19
2.2.10. Dimensi Gaya Hidup	22
2.2.11. Kategori Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>).....	24
2.2.12. Klasifikasi Gaya Hidup	25
2.2.13. Gaya Hidup Ditinjau Dari Aspek Kultur, Waktu Dan Uang	26
2.2.14. Konsep Warung Kopi.....	27
2.1.15. Motif Sosial.....	29

2.3. Penelitian Terdahulu	31
2.4. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
3.2. Subyek Penelitian.....	40
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.4 Peran Peneliti	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.6. Keterbatasan Penelitian	44
3.7 Triangulasi Data	44
3.8. Analisis Data	45
BAB IV.....	47
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	47
4.1. Sejarah Kopi.....	47
4.1.1. Sejarah Kopi di Indonesia	47
4.1.2. Sejarah Munculnya Kedai Kopi	49
4.2. Gambaran Umum Warung Kopi di Kabupaten Pamekasan	50
4.3. Warung Kopi “Sido Makmur”	53
BAB V	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
5.1. Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Melalui Komunikasi Verbal di Kalangan Pelanggan Warung Kopi Sido Makmur.....	56
5.2. Komunikasi <i>non</i> Verbal di Kalangan Pelanggan Warung Kopi Sido Makmur	68
BAB VI.....	74
PENUTUP	74
6.1. Kesimpulan	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	79
Identitas Informan	83