

Konstruksi Makna Budaya Ngopi sebagai Sarana Komunikasi Antarpribadi Remaja

Kinanti Novinka*, Rini Rinawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Kinanti3011@gmail.com, nierini66@gmail.com

Abstract. The background of this research is the coffee culture that is popular with the community, especially for teenagers. Researchers want to examine more deeply about the meanings, motives, and experiences of teenagers when drinking coffee. In addition, coffee is also a means of communication, especially interpersonal communication. Communication activities themselves can be done anywhere. One of them with coffee activities. Researchers also want to know how interpersonal communication occurs when drinking coffee. This study uses a qualitative phenomenological method. The theory used in this research is social construction theory. Researchers also set eight informants as sources of information for this study with the category of adolescents aged 19 to 24 years. The results showed that the meaning of coffee for teenagers is the activity of enjoying a cup of coffee while doing certain activities. Teenagers' motives for coffee are as a means of interaction, as a medium of activity, and as entertainment. The coffee experience experienced by teenagers is divided into positive and negative experiences. Meanwhile, in terms of interpersonal communication, communication while "ngopi" are effective for communication activity

Keywords: *Coffee, Culture, Social Construction Of Reality, Interpersonal Of Communication.*

Abstrak. Latar belakang penelitian ini adalah budaya ngopi yang semakin digemari masyarakat khususnya para remaja. Saat ini, ngopi bukan hanya sebagai kegiatan untuk menikmati secangkir kopi saja. seiring dengan perkembangan zaman, ngopi kini menjadi satu rutinitas bagi penikmatnya. peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang pemaknaan, motif, dan pengalaman remaja ketika ngopi. Selain itu, ngopi juga menjadi suatu sarana untuk berkomunikasi, khususnya komunikasi antarpribadi. Kegiatan komunikasi sendiri dapat dilakukan dimana saja. Salah satunya dengan kegiatan ngopi. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana komunikasi antarpribadi yang terjadi ketika ngopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna ngopi bagi remaja adalah kegiatan menikmati secangkir kopi sambil melakukan aktivitas tertentu. Motif remaja untuk ngopi yaitu sebagai sarana interaksi, sebagai medium kegiatan, dan sebagai hiburan. Pengalaman ngopi yang dialami remaja terbagi menjadi pengalaman positif dan negatif. Sedangkan dari sisi komunikasi antarpribadi, adanya interaksi yang terjadi ketika ngopi menunjukkan bahwa ngopi bisa menjadi sarana dan kegiatan komunikasi yang efektif khususnya bagi individu.

Kata Kunci: *ngopi, konstruksi makna, budaya, komunikasi antarpribadi*

A. Pendahuluan

Ngopi, saat ini sudah tidak terdengar asing di telinga masyarakat zaman sekarang. Ngopi saat ini menjadi salah satu fenomena, bahkan menjadi satu budaya yang digemari masyarakat khususnya kaum remaja. ngopi ini sudah terbentuk lama sekali. Berbeda dengan zaman dahulu kala, saat ini istilah “ngopi” lebih dari sekedar mencicipi. Adanya budaya yang terbentuk dari kegiatan tersebut dikarenakan perubahan zaman juga terjadinya globalisasi dan modernisasi. Selain menikmati secangkir kopi, ngopi juga menjadi cara alternatif untuk berkomunikasi dengan sesama.

Fenomena ngopi ini tidaklah sembarang muncul begitu saja. jika ditarik mundur ke belakang, ngopi sudah menjadi bagian dari masyarakat kita sejak dahulu kala. Pada zaman pemerintahan Hindia-Belanda, kopi menjadi salah satu komoditi perdagangan yang digemari VOC. Awalnya, pemerintah Hindia-Belanda membawa bibit kopi untuk di budidayakan di Indonesia. Siapa sangka, hingga saat ini, industri kopi di Indonesia semakin maju dan banyak digemari khususnya oleh anak-anak muda.

Saat ini, budaya ngopi menjadi salah satu kegiatan yang sangat disukai oleh remaja di kota Bandung. Bukan hanya sekedar duduk lalu mencicipi segelas kopi saja, namun adanya interaksi dengan sesama membuat banyak sekali orang betah duduk berlama-lama di kedai kopi. Kegiatan ini biasanya dilakukan dari siang hingga larut malam. Tak ayal, banyak coffee shop yang tidak hanya menawarkan produk minuman atau makanannya saja. Lebih dari itu, ada “tempat” dan “pelayanan” yang mereka jual.

Menurut salah satu sosiolog dari Universitas Udayana bernama Wahyu Budi Nugroho, fenomena “coffee shop” ini muncul sebagai budaya baru, apalagi semenjak adanya pandemic Covid-19. Coffee shop mampu mempresentasikan satu karakter muda-mudi masa kini secara professional. Adanya simbol-simbol yang muncul di coffee shop atau tempat ngopi ini menggambarkan jiwa muda yang produktif, dinamis, mudah bergaul, cerdas, mapan, elegan dan lain sebagainya. Dalam budaya ngopi ini, simbol tersebut menjadi satu penarik bagi para anak muda untuk mengunjungi coffee shop atau kedai kopi tersebut, sehingga akan ada masa dimana terbentuknya budaya baru atau subkultur baru .

Warung kopi atau coffee shop saat ini bisa menjadi sarana komunikasi dan interaksi sosial, juga sebagai media perantaranya. Berdiam diri lama-lama di coffee shop bukan tanpa alasan. Beberapa orang menggunakan coffee shop sebagai tempat untuk bertemu dengan rekan mereka. Rosenbaum (2006: 59-72) memvisualisasikan bagaimana tempat ngopi atau Coffee shop menjadi “tempat ketiga” ini memiliki maknanya tersendiri bagi pelanggannya tersebut. Penelitian menyebutkan bahwa pelanggan ini mengunjungi “tempat” tersebut tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan konsumsi saja. lebih dari itu, adanya kebutuhan sosialisasi dan dukungan emosional menjadi salah satu pendorong. Tiap individu memiliki tujuan yang berbeda ketika hendak ngopi.

Salah satu jenis komunikasi yang bisa kita temukan dan lakukan ketika ngopi adalah komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi sendiri merupakan komunikasi yang mengandalkan dua orang sebagai salah satu dari proses terjadinya pertukaran pesan dan informasi. Komunikasi antarpribadi bisa kita lakukan secara langsung, tatap muka atau bisa juga melalui perantara media seperti telepon atau pesan elektronik.

Komunikasi adalah salah satu bentuk kemampuan manusia yang sangat banyak ragamnya. Tanpa komunikasi, penyampaian pesan tidak akan berjalan lancar. Komunikasi lebih dari sekedar bertukar data. Ini tentang memahami perasaan dan niat di balik pertukaran. Selain itu, bagaimana kita berkomunikasi dengan jelas dengan mendengarkan dengan seksama apa yang orang katakan dan lakukan. Seseorang merasa didengarkan dan dipahami. Ketika komunikasi menjadi lebih naluriah dari biasanya, komunikasi akan lebih menarik. Tentu saja, meningkatkan komunikasi ini membutuhkan waktu dan usaha. Komunikasi adalah satu bentuk perilaku kita untuk memahami diri sendiri, orang lain, dan lingkungannya.

ketika kita ngopi, komunikasi yang terjadi bisa berasal dari lawan bicara yang memang sengaja kita ajak, seperti teman, pacar, rekan kerja, atau keluarga. Akan tetapi, komunikasi antarpribadi juga bisa terjadi secara tidak sengaja dan spontan, misalkan mengobrol dengan pegawai coffee shop tersebut, atau mungkin dengan tukang parkir yang ada disana. Interaksi yang terjadi saat ngopi ini menjadi salah satu alasan mengapa remaja memilih budaya ngopi

sebagai sarana berinteraksi dengan sesama. Menurut Tucker (2011: 6-7), Ngopi kini telah menjadi bagian hidup masyarakat. gaya hidup yang mengalir dari secangkir kopi menjadikan kafe atau coffee shop menjadi pilihan gaya hidup yang bisa di dapatkan, di isi ulang, bahkan di tingkatkan.

Komunikasi antarpribadi yang dilakukan juga menjadi salah satu elemen penting yang terjadi ketika ngopi. Tanpa adanya komunikasi, maka pesan, informasi, makna, nilai, dan tujuan yang akan disampaikan menjadi tidak utuh. Dengan ngopi, komunikasi bisa berjalan sesuai dengan keinginan dan kemauan individu.

Mungkin bagi sebagian orang, ngopi hanya dianggap sebagai suatu kegiatan mengkonsumsi kopi. Akan tetapi jika menelusuri lebih dalam, akan banyak sekali pemaknaan-pemaknaan baru terhadap ngopi ini. Setiap individu memiliki pemahaman dan persepsinya masing-masing. Ketika ngopi, seseorang akan memiliki makna, tujuan, nilai yang berbeda pula. Serta bentuk komunikasi antarpribadi yang berbeda juga

B. Metodologi Penelitian

peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang pemaknaan, motif, dan pengalaman remaja ketika ngopi. Selain itu, ngopi juga menjadi suatu sarana untuk berkomunikasi, khususnya komunikasi antarpribadi. Kegiatan komunikasi sendiri dapat dilakukan dimana saja. Salah satunya dengan kegiatan ngopi. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana komunikasi antarpribadi yang terjadi ketika ngopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna ngopi bagi remaja adalah kegiatan menikmati secangkir kopi sambil melakukan aktivitas tertentu. Motif remaja untuk ngopi yaitu sebagai sarana interaksi, sebagai medium kegiatan, dan sebagai hiburan. Pengalaman ngopi yang dialami remaja terbagi menjadi pengalaman positif dan negatif. Sedangkan dari sisi komunikasi antarpribadi, adanya interaksi yang terjadi ketika ngopi menunjukkan bahwa ngopi bisa menjadi sarana dan kegiatan komunikasi yang efektif khususnya bagi individu.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemaknaan Budaya Ngopi Oleh Remaja

Berdasarkan hasil dari wawancara serta observasi peneliti, ngopi saat ini tidak hanya sekedar kegiatan menikmati secangkir kopi saja. lebih dari itu, ngopi memiliki maknanya tersendiri bagi Remaja.

Ngopi Sebagai Sarana Interaksi

Ngopi sebagai aktivitas atau kegiatan perantara manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama terjadi karena adanya pengiriman dan penerimaan pesan secara berulang dari pelakunya. Bisa antara sesama penikmat kopi, penikmat kopi dan karyawan kedai kopi, bahkan sampai dengan orang asing. Interaksi terjadi karena adanya keinginan untuk mengetahui informasi dan pesan. Ngopi bisa mengasah kemampuan kita dalam berkomunikasi serta berinteraksi.

Ngopi Sebagai Medium Suatu Kegiatan

Saat ini, ngopi bukan hanya kegiatan untuk menikmati secangkir minuman saja. lebih dari itu, ngopi kini manjelma menjadi jembatan antara manusia dan kegiatannya. Aktivitas yang dilakukan ketika ngopi bermacam-macam. Mulai dari belajar atau mengerjakan tugas, sampai dengan rapat bersama kolega bisa kita lakukan sambil ngopi.

Ngopi Sebagai Sarana Hiburan

Ngopi juga bisa menjadi sarana hiburan khususnya bagi remaja. Selain sebagai pemenuh kebutuhan, ngopi ini menjadi jalan keluar para remaja ketika merasa bosan. Ngopi dengan suasana yang mendukung jadi alasan mengapa remaja suka pergi ngopi. Ngopi juga menjadi pengobat stress dan keruwetan remaja. Entah dari faktor suasana, minuman dan makanan, rekan ngopi, dan hal lainnya membuat ngopi ini sebagai “jalan keluar” remaja untuk destinasi relaksasi diri.

Ngopi Sebagai Sarana Menikmati Kopi

Ngopi memang pada dasarnya adalah kegiatan menikmati secangkir kopi atau minuman-minuman tertentu. Ngopi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. ngopi juga bisa dinikmati

oleh semua kalangan tanpa adanya batasan. Seseorang bisa memilih ingin ngopi dimana, dengan siapa, dan menikmati kopi atau minuman apa.

Motif Budaya Ngopi Oleh Remaja

Motif adalah dorongan psikis dari dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu. Motif hadir karena adanya satu kebutuhan atau keinginan yang ingin manusia dapatkan di kehidupannya. Dalam teori Fenomenologi, Schutz membagi motif menjadi dua bentuk. Yang pertama, motif sebab (because of motive), yang melatar belakangi seseorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu. Dan yang kedua ada motif tujuan (in order to motive) yaitu, suatu tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang yang diiringi dengan melakukan suatu tindakan tertentu .

Motif Karena (Because Of Motive)

Dalam ngopi, motif sebab seseorang melakukan kegiatan ngopi ini adalah untuk menikmati secangkir kopi atau minuman lain, dengan suasana coffee shop atau kedai kopi tersebut. Ada satu dorongan dari dalam dirinya untuk pergi ke coffee shop atau kedai kopi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, remaja pergi ngopi untuk melakukan kegiatan tertentu. Seperti belajar, mengerjakan tugas, bekerja, atau hanya sekedar hangout dengan teman-teman, rekan, pasangan, keluarga, bahkan orang asing. Ngopi juga menjadi alasan untuk menghindari kejenuhan dan kebosanan. Adanya suasana baru ketika ngopi memotivasi kita dalam mencari idea tau mengerjakan sesuatu.

Motif Untuk (In Order To Motive)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang dilakukan peneliti terhadap motif untuk ngopi remaja menunjukkan beberapa poin motif untuk apa remaja pergi ngopi, yaitu:

Menghilangkan Rasa Bosan dan Mengantuk

Ngopi bagi para remaja memiliki motif untuk menghilangkan rasa bosan. Remaja pergi ngopi dengan harapan mendapatkan suasana baru agar kegiatan mereka bisa dilakukan dengan maksimal. Rasa bosan dan mengantuk akan mempengaruhi performa ketika mereka mengerjakan sesuatu. Ngopi dengan suasana dan juga interaksi yang menyenangkan akan membantu remaja dalam berfikir. Juga sebagai motivasi mereka untuk menyelesaikan apa yang telah dilakukan

Mendapatkan Inspirasi

Selain pergi ngopi untuk menghilangkan kebosanan, ternyata remaja juga pergi ngopi untuk mencari dan mendapatkan inspirasi. Banyaknya coffee shop atau kedai kopi dengan tema dan menu unik dan variatif membuat remaja terdorong untuk pergi kesana. Menyesuaikan dengan kebutuhan, tempat ngopi menjadi ladang inspirasi bagi pelanggannya. Berkat suasana juga produknya, ngopi bisa memberikan pencerahan ketika berpikir. Atau bahkan, ide bisa datang begitu saja ketika kita sedang ngopi.

Mencari Pengalaman Baru

Pengalaman-pengalaman ketika ngopi dapat mempengaruhi orang lain untuk pergi ngopi atau mencoba ngopi. Dibandingkan dengan jalan-jalan ke tempat wisata atau pergi ke mall, ngopi walaupun hanya memiliki satu tujuan, didalamnya tersimpan cerita-cerita yang belum pernah kita rasakan dan alami sebelumnya.

Memuaskan Keinginan dan Kebutuhan

Ngopi kini menjadi salah satu kegiatan yang sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya remaja. Ada rasa keinginan untuk mencicipi segelas kopi sambil menikmati suasana coffee shop atau kedai kopi, atau tempat-tempat ketika kita ngopi. Ngopi juga menjadi satu kebutuhan apalagi ketika seseorang sudah terbiasa ngopi setiap harinya. Ngopi sebagai penyalur kebutuhan dan keinginan menjadi sarana seseorang untuk melakukan apa yang ia mau tanpa adanya paksaan atau gangguan dari pihak-pihak tertentu. Ngopi bisa menjadi media untuk mengabdikan dan menyelesaikan sesuatu yang kita mau.

Pengalaman Ngopi Oleh Remaja

Setiap individu memiliki pengalamannya masing-masing. Tak terkecuali remaja ketika ngopi. Pengalaman merupakan satu unsur yang membangun suatu fenomena. Pengalaman ketika ngopi sendiri terbagi menjadi dua, yaitu pengalaman positif dan negatif.

Pengalaman positif

Pengalaman positif ketika ngopi antara lain, yaitu mendapatkan pengalaman baru, menambah relasi, menambah energi dan semangat, membuat diri lebih rileks dan konsentrasi, komunikasi

menjadi lebih intens, juga merasakan hal-hal yang mungkin tidak akan terulang lagi.

Pengalaman Negatif

Ngopi, bagi sebagian orang menjadi satu kegiatan yang membuat kapok atau trauma. Tidak melulu tentang pengalaman positif, pengalaman negatif juga bisa terjadi ketika ngopi. Dari segi kurangnya fasilitas tempat ngopi, makanan atau pelayanan yang buruk, suasana yang tidak mendukung, serta gangguan-gangguan dari konsumen bahkan orang-orang sekitar ketika ngopi menjadi pemicu munculnya pengalaman negatif saat ngopi.

Komunikasi Antarpribadi Dalam Budaya Ngopi Oleh Remaja

Komunikasi antarpribadi remaja dalam kegiatan ngopi terjadi karena adanya interaksi dengan rekan ngopi kita. Orang-orang biasanya pergi ngopi karena ada tujuan tertentu. Seperti bertemu teman, meeting dengan rekan kerja, bertemu klien, atau hanya sekedar refreshing dari kegiatan-kegiatan lainnya. Ketika kita pergi ngopi, ada satu tuntutan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang banyak.

Jika dilihat dari 5 aspek sisi humanistik, maka dapat diurutkan mulai dari yang dominan hingga yang jarang diperlihatkan ketika ngopi, yaitu:

1. Keterbukaan (Openess)
Ngopi kini menjadi sarana kita untuk berkomunikasi yang aman dan nyaman. Kita bisa mengekspresikan apa yang kita rasakan tanpa perlu takut untuk dipandang negatif. Ketika kita ngopi, percakapan dan interaksi dengan rekan ngopi kita akan mengalir begitu saja. ngopi bisa menjadi tempat untuk kita mengeluarkan keluh kesah permasalahan, berbagi cerita, memberi masukan dan kritikan, dan yang lainnya tanpa ragu. Karena ketika ngopi, pasti akan terlontarkan kalimat bahkan obrolan-obrolan dengan topik yang bahkan sebenarnya tidak kita tentukan.
2. Dukungan (supportiveness)
Dukungan atau supportiveness sangat diperlukan dalam komunikasi antarpribadi. Dukungan dalam arti lain memberikan suatu dorongan kepada lawan bicara. Karena merasa di dukung, lawan bicara akan terus mengungkapkan apa yang ia rasakan. Dukungan tidak hanya datang dari komunikator, akan tetapi dari suasana dan keadaan juga. Maka dari itu ketika kita ngopi, dengan adanya rasa keterbukaan dan dukungan dari lawan bicara dapat membuat kita nyaman dalam mengungkapkan sesuatu.
3. Rasa Positif (positiveness)
Komunikasi yang terjadi ketika ngopi harus dibangun secara bersama. Individu-individu harus memiliki inisiatifnya sendiri dalam suatu interaksi. tanpa adanya komunikasi, ngopi tidaklah menjadi suatu hal yang seru dan menambah pengalaman. Maka dari itu, partisipan harus aktif dalam berbicara. Suasana yang positif akan membangun komunikasi dengan unsur unsur lainnya seperti keterbukaan, rasa empati, kesetaraan, dan dukungan.
4. Kesetaraan (Equality)
Ngopi sebagai suatu kegiatan bisa dilakukan oleh siapa saja, termasuk remaja. Dahulu kala, ngopi lebih identik dengan kegiatan pria. Namun seiring perkembangan zaman, siapa saja boleh ngopi. Interaksi yang terjadi ketika ngopi tidak membeda-medakan status sosial seseorang, semuanya sama rata. Ngopi adalah kegiatan yang memanusiakan manusia. Ketika ngopi pelayanan yang diberikan juga semuanya sama.
5. Rasa Empati (Empathy)
Ketika melakukan interaksi saat ngopi, kita sebagai manusia sosial harus menunjukkan rasa empati atau peduli terhadap apa yang dibicarakan oleh lawan bicara kita. Sekecil mendengarkan atau merespon perkataan-perkataan mereka. Interaksi yang baik adalah interaksi dua arah yang saling melempar pesan. Ketika kita ngopi, rasa empati itu akan muncul ketika interaksi berjalan. Kita sebagai manusia sosial harus bisa merasakan apa yang lawan bicara kita rasakan.

D. Kesimpulan

Remaja memaknai budaya ngopi ini sebagai kegiatan menikmati secangkir kopi atau minuman di coffee shop sambil berinteraksi dengan teman, rekan, pasangan, atau bahkan orang yang baru

dikenal bahkan tidak kenal sama sekali sebelumnya. Ngopi menjadi budaya yang tidak bisa jauh-jauh dari masyarakat kita. kegiatan ngopi yang sudah dilakukan sejak dahulu kala menjadi hal turun-temurun hingga saat ini. Ngopi ini hadir sebagai pelengkap hidup masyarakat khususnya remaja. Ngopi terbagi menjadi tiga pemaknaan; sebagai sarana interaksi, sebagai medium kegiatan, dan sebagai sarana hiburan.

Motif remaja untuk melakukan kegiatan ngopi ini terbagi menjadi dua: motif tujuan (*in order to motive*) dan motif sebab (*because of motive*). Tujuan remaja pergi ngopi yaitu untuk menghilangkan kebosanan, mencari pengalaman baru, mencari dan mendapatkan inspirasi, dan menyalurkan keinginan dan kebutuhan.

Pengalaman-pengalaman yang dirasakan remaja ketika ngopi juga terbagi menjadi dua. Pengalaman positif remaja ketika ngopi adalah menambah energi dan semangat, membuat diri lebih rileks dan konsentrasi, komunikasi menjadi lebih intens, juga merasakan hal-hal yang mungkin tidak akan terulang lagi. Sedangkan sisi negatifnya, kurangnya fasilitas, komunikasi yang buruk, harga dan lokasi yang tidak sesuai, serta gangguan-gangguan lainnya menjadi hal-hal yang dihindari remaja ketika ngopi.

Komunikasi antarpribadi remaja dalam kegiatan ngopi terjadi karena adanya interaksi dengan rekan ngopi kita. Orang-orang biasanya pergi ngopi karena ada tujuan tertentu. Seperti bertemu teman, meeting dengan rekan kerja, bertemu klien, atau hanya sekedar refreshing dari kegiatan-kegiatan lainnya. Biasanya orang ketika pergi ngopi ini tidak sendirian. Walaupun banyak juga yang pergi ke coffee shop seorang diri. Akan tetapi biasanya kegiatan ngopi ini dilakukan oleh 2 orang atau lebih. Ketika kita pergi ngopi, ada satu tuntutan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang banyak. Tidak semua orang bisa menghadapi situasi seperti ini. dengan pergi ngopi, kita dipaksa untuk bisa berinteraksi dengan orang.

Daftar Pustaka

- [1] Anisha, Intan Trias, Ratnasari Anne. (2021). Promosi Penjualan Produk Luberground di Instagram @LUBERGROUND.ID. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*. 1 (1). 102-106.
- [2] Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- [3] Allo Liliweri, M. S. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- [4] AW Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [5] Cangara, Hafied. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [6] Djami, M. B. (2020). NGOPI: MEMAKNAI AKTIVITAS MINUM KOPI DALAM KONTEKS BUDAYA POPULER. *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika*, 1(1).
- [7] Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3
- [8] Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1),163-180.
- [9] Koentjaraningrat. 2000. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- [10] Kuserdyana. 2018. *Pemahaman Lintas Budaya*. Bandung: Alfabeta
- [11] Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- [12] Novianti, R. D., Sondakh, M., & Rembang, M. (2017). Komunikasi antarpribadi dalam menciptakan harmonisasi (suami dan istri) keluarga didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2).
- [13] Ponirin dan Lukitaningsih. (2019). *Sosiologi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- [14] Semiawan, Conny R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- [15] Subakti, Agung Gita. 2016. "Sejarah Singkat Mengenai Kopi di Indonesia", <https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/15/sejarah-singkat-mengenai-kopi-di-indonesia>. Tanggal akses 30 Juni 2021, pk. 12.00 WIB.
- [16] Xiao, A. (2018). *KONSEP INTERAKSI SOSIAL DALAM KOMUNIKASI*,

- TEKNOLOGI, MASYARAKAT. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2).
- [17] Yugantara, P., Susilo, R. K. D., & Sulismadi, S. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 126-137.
- [18] Zakariah, Askari, dkk. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.
- [19] Zakaria, D. (2018). *Budaya " Ngopi" sebagai sarana interaksi sosial di kalangan mahasiswa Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang)*.
- [20] "39 Pengetian Budaya Menurut Para Ahli"
<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/03/pengertian-budaya.html>. tanggal akses 30 Juni 2021 pk. 13.46 WIB