

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan data dan analisis data yang telah dipaparkan peneliti, maka dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa komunikasi sosial melalui gaya hidup *ngopi* di Hayati Specialty Coffee Yogyakarta pada pelanggan ditemukan 3 tahapan dari *ngopi* di kedai kopi Hayati merupakan bagian dari cara berkomunikasi sosial yaitu pertama tahapan memesan kopi, tahapan kedua merupakan interaksi sosial, kemudian yang ketiga adalah pemenuhan kebutuhan (kebahagiaan tersendiri).

Peneliti menggunakan komunikasi sosial beserta konsep gaya hidup sebagai indikator berjalannya penelitian ini sampai tahap analisis data. Melalui pengertian komunikasi sosial dan juga fungsi komunikasi sosial menurut Mulyana (2010) yaitu meliputi fungsi komunikasi sosial seperti fungsi kelangsungan hidup sendiri dan fungsi kelangsungan hidup masyarakat sebagai acuan utama penelitian ini yang diaplikasikan ke dalam lapangan. Selanjutnya penelitian ini menggunakan indikator gaya hidup atau lifestyle menurut Chaney (2009) yaitu gaya hidup sebagai modernitas, gaya hidup dalam budaya konsumen, dan kegunaan gaya hidup. Peneliti juga memantau aktifitas di media sosial instagram Hayati sebagai bentuk teknologi yang sedang berkembang

karena berbagai aktifitas terkait komunikasi sosial melalui gaya hidup *ngopi* di Hayati terdapat di media sosial instagram milik Hayati.

2. SARAN

Berdasarkan temuan data dan analisis data, peneliti melihat komunikasi sosial melalui hidup *ngopi* di Hayati Specialty Coffee pada pelanggan memiliki keterkaitan satu sama lain di dalam tahapan yang dijelaskan di temuan data dan analisis data serta gaya hidup yang diterapkan. Peneliti melihat setiap kedai kopi termasuk Hayati perlu memberikan pesan tentang *ngopi* dengan adanya sebuah komunikasi sosial yang kuat kepada pengunjungnya atau calon pengunjungnya melalui media sosial instagram agar memperoleh eksistensi yang diinginkan. Peneliti juga melihat fungsi komunikasi terbentuk karena adanya interaksi-interaksi di dalam gaya hidup *ngopi* tersebut

Kepada peneliti lebih lanjut untuk saran akademis, agar penelitian ini bermanfaat bagi industri kedai kopi yang semakin marak, saran dari peneliti adalah adanya pokok bahasan lain seperti memahami keterkaitan kopi dengan komunikasi pemasaran di dalam kedai kopi agar dapat semakin luas dalam proses analisis data selanjutnya. Memperbanyak buku-buku tentang dunia bisnis terutama tentang dunia perkopian karena mengingat tingkat konsumsi kopi yang semakin meningkat dengan adanya tren *ngopi* tersebut sangat relevan untuk melanjutkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Shinta. (2018). *Jadi Gaya Hidup Masyarakat Indonesia, Budaya Nongkrong Di Kedai Kopi Tak Pernah Pudar*. Diakses pada Rabu, 29 Mei 2019. Diperoleh dari <https://travel.tribunnews.com/2018/01/10/jadi-gaya-hidup-masyarakat-indonesia-budaya-nongkrong-di-kedai-kopi-tak-pernah-pudar?page=2>
- Anggraini, Dewi. (2018). *Di Bawa Oleh Belanda Hingga Jadi Kopi Kekinian Milenial*. Diakses Rabu, 29 Mei 2019. Diperoleh oleh <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4229666/dibawa-oleh-belanda-hingga-jadi-kopi-kekinian-milenial>
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior an marketing Act*. 4th edition. Boston: PWS-KENT.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta Kencana.
- Burhan, Sathi'ul. (2016). *Makna Interaksi Sosial Ngopi Di Ruang Publik Studi Pada Pengguna Sosial Di Warung Kopi Gapuro Malang*. Skripsi. Malang: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Cahyani, Thalita. (2019). *Lifestyle: 7 Rekomendasi Tempat Ngopi Asyik Di Jogja*.

Diakses pada 5 Oktober 2019. Diperoleh oleh

<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/1/2019/15226/7-rekomendasi-tempat-ngopi-yang-asyik-di-jogja>

Chaney, David. (2009). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Gumulya, Devanny & Helmi, Ivana. (2017). *Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia*. Jurnal, Vol. 12. Program Studi Desain Produk: Universitas Pelita Harapan: Jakarta

Hardjana, Agus. (2009). *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*. Yogyakarta: Kanisius.

Hidayat, Dasrun. (2013). *Be A Good Communicator*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Hisyam, Muhamad, & Pamungkas, Cahyo. (2016). *Indonesia, Globalisasi, dan Global Village*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Ibrahim, Idi Subandy & Akhmad, Bachruddin Ali. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi; Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Imamah, Nia. (2018). *Perilaku Komunikasi Konsumen Coffee Toffee Jatim Expo Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta: GP Press

Jogja.co. (2018). *Pengin Tahu Berapa Jumlah Warung Kopi di Jogja?*. Diakses pada Jumat, 26 Oktober 2018. Diperoleh pada <http://www.jogja.co/pengin-tahu-berapa-jumlah-warung-kopi-di-jogja/>

Katadata.co.id. (2017). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia*. Diakses pada Rabu, 24 Oktober 2018. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

Kemenperin.go.id. *Pengolahan Kopi Jadi Industri Prioritas*. Diakses pada Rabu, 29 Mei 2019. Diperoleh oleh <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6620/Pengolahan-Kopi-Jadi-Industri-Prioritas>

Kominfo.go.id. (2018). *Pandai Memanfaatkan Teknologi Digital*. Diakses pada Sabtu, 20 Oktober 2018. Diperoleh dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan_media

Kriyanto, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Levy, Pierre. (2001). *Cyberculture (Electronic Mediations Series)*. United Kingdom: Published Univ of Minnesota. Tersedia dari: https://books.google.co.id/books/about/Cyberculture.html?id=iDdl_FwGZE8C&redir_esc=y

Liliwari, Alo. (2001). *Gatra Gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Liliwari, Alo. (2002). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: LkiS.

Lister, M., et al. (2009). *New Media: a critical introduction*. USA: Routledge.

Mardalis. (1999). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, L.J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mudjiono, Yoyon. (2012). *Komunikasi Sosial*. Jurnal. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Mufid, Muhamad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Novianti, Evi. (2009). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI)

Oktarina, Yetty., Yudi Abdullah. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish

Rakhmat, Jalaludin. (1986). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Rikang, Raymundus & Dharma, Prasetyo. (2018). *Orang Indonesia Makin Gemar Minum Kopi*. Diakses Senin, 22 Oktober 2018. Diperoleh dari <https://bisnis.tempo.co/read/589168/orang-indonesia-makin-gemar-minum-kopi/full&view=ok>
- Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ruben, D. Stewart & Stewart, Lea P. (2013). *Komunikasi & Perilaku Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Slamet. (2006). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sari, Andhita. (2017). *Komunikasi antarpribadi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shintaviana, Fransisca. (2014). *Konsep Diri serta Faktor-Faktor Pembentuk Konsep Diri Berdasarkan Teori Interaksi Simbolik*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Specialy Coffee Indonesia (artikel). (2014). *Budaya Minum Kopi Dalam Masyarakat Kita*. Diakses pada Rabu, 29 Mei 2019. Diperoleh dari <http://www.specialtycoffee.co.id/budaya-meminum-kopi-dalam-masyarakat-kita/>
- Soekanto, Soerjono. (2012). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Solomon, M.R. (2002). *Consumer Behavior and Marketing*, 5th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Sudarto (1995). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Sulistyowati, Yefita. (2017). *Ngopi Sebuah Produksi Ruang dalam Trend Hangout Mahasiswa di Kafe Kolong Mastrip Jember*. Skripsi. Jember: Program Studi Sosiologi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
- Susanto, Astrid. (1980). *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Bina Cipta.
- Sutriyanto, Eko. (2018). *Konsumsi Kopi Indonesia Naik 7 Persen Setahun*. Diakses pada Senin, 22 Oktober 2018. Diperoleh dari <http://www.tribunnews.com/regional/2018/03/22/konsumsi-kopi-indonesia-naik-7-persen-setahun>
- Suwendra, I Wayan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial. Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bandung: Nilacakra.
- Taufik. (2013). *Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon*. Skripsi. Cirebon: Jurusan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas ADDIN Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
- Techinasia.com. (2017). *Laporan comScore: WhatsApp adalah Aplikasi Mobile Terpopuler di Indonesia*. Diakses Sabtu, 20 Oktober 2018. Diperoleh dari <https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>
- Wagiran. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- West, Richard dan Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

Widyanti, R. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan*. Pasundan Tangerang. Jurnal Abdimas, Vol. 1 No. 2, 84

Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia

Wood, J.T. (2007). *Interpersonal Communication (Everyday Encounters). Fifth Edition*. California: Wadsworth/Thomson Learning.

Yusuf, Oik. (2016). *ComScore Resmi Jadi Pengukur Pengunjung Situs di Indonesia*. Diakses pada Minggu, 21 Oktober 2018. Diperoleh dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/08/29/17443517/comscore.resmi.jadi.pengukur.pengunjung.situs.di.indonesia>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

1. Pedoman wawancara terhadap supervisor Hayati Specialty Coffee

NO	PERTANYAAN	KATEGORI
1	Apa makna Hayati Specialty Coffee?	Komunikasi Sosial: Deskripsi Objek Penelitian
2	Bagaimana keterkaitan Hayati Specialty Coffee dengan <i>lifestyle</i> ?	Gaya Hidup: penentuan budaya modernisasi
3	Bagaimana <i>message</i> komunikasi yang dilakukan Hayati Specialty Coffee terhadap pengunjungnya?	
4	Intensitas pengunjung yang datang ke Hayati Specialty Coffee?	Komunikasi sosial: data tsb sebagai penjelasan keterkaitan komunikasi sosial di dalam aktifitas <i>ngopi</i>

2. Pedoman wawancara terhadap pengunjung Hayati Specialty Coffee

No.	Kategori Informan	Pertanyaan	Kategori Pertanyaan
1.	Pengunjung Hayati Specialty Coffee	Apa yang anda ketahui dan pahami tentang komunikasi sosial?	Komunikasi sosial
2.		<p>Berasal dari mahasiswa manakah anda dan semester berapa?</p> <p>Mengetahui kedai kopi Hayati Specialty dari mana atau siapa?</p> <p>Apa alasan anda berkunjung ke kedai kopi Hayati Specialty Coffee?</p> <p>Seberapa sering anda berkunjung ke kedai kopi Hayati Specialty Coffee?</p> <p>Apa yang membuat anda nyaman berkunjung di kedai kopi Hayati Specialty Coffee?</p>	Profil Informan 1-3
3.		<p>Apa aktifitas <i>ngopi</i> merupakan bagian dari nongkrong menurut anda?</p> <p>Mengapa anda memilih nongkrong di kedai kopi?</p> <p><i>Berapa lama anda berada di kedai kopi Hayati Specialty Coffee?gabung pertanyaan atas</i></p> <p>Interaksi seperti apa yang biasa anda lakukan ketika sedang berada di kedai kopi Hayati Specialty Coffee?</p> <p>Bagaimana anda mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang</p>	Proses terjadinya tahapan-tahapan komunikasi sosial di dalam aktivitas <i>ngopi</i> serta hambatan yang terjadi

		<p>berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?</p> <p>Bagaimana cara anda menyikapi adanya perbedaan tersebut ketika sedang melakukan perbincangan topik tersebut dengan teman-teman anda?</p> <p>Apakah anda menghindar atau menjauh bahkan melakukan keputusan perbincangan topik tertentu setelah mengetahui adanya ketidakcocokan tersebut?</p> <p>Hambatan apa saja yang anda temui?</p>	
4.		<p>Apa yang anda cari dari kegiatan <i>nongkrong</i> atau <i>ngopi</i>?</p> <p>Apakah anda punya kebahagiaan tersendiri ketika <i>nongkrong</i> di kedai kopi?</p>	<p>Pengaruh <i>lifestyle</i> atau gaya hidup <i>ngopi</i> di Hayati Specialty Coffee di dalam komunikasi sosial</p>

LAMPIRAN 2

TRANSKRIP WAWANCARA

WAWANCARA I

Narasumber 1, 1 Agustus 2019

Nama: Ryan Syah Putra

Umur: 20 tahun

Pekerjaan: Mahasiswa Ilmu Hukum

Asal: Surabaya

*peneliti sebagai P, narasumber sebagai N

P : Hai, selamat siang. Sebelumnya maaf ya mengganggu waktunya sebentar. Saya Nita dari mahasiswa Fisip Uajy sedang melakukan penelitian skripsi di Hayati. Kakak bersedia untuk saya wawancara terkait skripsi saya?

N : Ooohh.. Boleh banget. Iya bagaimana kak? Ada yang bisa dibantu?

P : Menurut kamu, komunikasi sosial itu seperti apa sih?

N : Kalau menurutku, komunikasi sosial itu interaksi dengan berbagai macam orang di sekitar kita. Komunikasi sosial juga dapat membuat suatu hubungan antar manusia atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Membangun pertemanan dan relasi juga terdapat di dalam komunikasi sosial

karena *yaa gak* bisa dipungkiri *sih* kalau manusia ini kan makhluk yang tidak bisa hidup sendiri. Pokoknya adanya komunikasi sosial di dalam kehidupan ini membantu *banget deh* sebagai dasar dalam cara berkomunikasi ini, bisa menambah informasi juga *kan..*

P : Kamu setuju *gak* kalau nongkrong di *coffee shop* atau kedai kopi termasuk bagian dari cara berkomunikasi sosial atau ada kaitannya?

N : *Hhmm..* menarik *nih*. Setuju-setuju aja kalau dari aku. Kenapa? Karena sekarang ini lagi *booming banget ya* budaya *ngopi* di Indonesia. *Haduh.. gak usah jauh-jauh deh*, di Jogja aja tempat *ngopi bertebaran dimana-mana*. Di sini (*coffee shop/kedai kopi*) membuat kita para pengunjung jadi *betah buat ngopi bareng temen-temen, gebetan, atau pacar haha..* Seperti dikasih tempat khusus *gitu, nah* jadi lebih enak dan seru buat *ngobrolin* banyak hal di sini.

P : Awal mula *tau Hayati Specialty Coffee* darimana? Temankah? Atau media sosialkah?

N : Aku *sih* tau pertama kali dari *temen*. Kebetulan pada waktu kita mau *nongki (nongkrong) malem mingguan, pas* lagi bahas di grup *chat* pada bilang ke sini *aja* (*Hayati Specialty Coffee*). Tempatnya lumayan *cozy kok, gak rame banget* dan *gak sepi banget terus* jadi suka ke sini beberapa kali.

P : Seberapa sering *ke Hayati*?

N : Lumayan sering kak, seminggu bisa 3-4 kali. Lamanya di *Hayati* setiap *dateng* kurang lebih 2-3 jam, *gak perlu lama lama lah kalau dirasa udah bosen langsung balik*. Biasanya kalau ke *Hayati* malem *sih aku bareng temen-temen*

jugak. Tapi gak rutin juga yaaa.. tergantung mood juga haha.. kalau lagi banyak ajakan temen-temen juga.

P : Apa sih yang membuat kamu *seneng* ke Hayati?

N : Tempatnya cukup terjangkau, kosku *kan* di daerah selokan mataram, jadi *deket. Terus tuh misal bareng temen-temen mau lanjut makan setelah ngopi di Hayati atau abis ngemall jadi deket soalnya gak jauh dari kota hehe..*

P : Menurut kamu, *ngopi* itu termasuk *nongkrong* atau tidak?

N : Sebenarnya *ngopi kan udah* dari lama, maksudnya tanpa harus ke *coffee shop* atau kedai kopi seperti sekarang ini juga bisa. Jaman dulu aktifitas *ngopi* ini sudah ada dari dulu. Tetapi seiring berkembang jaman justru menjadi gaya hidup baru. *Malah menurutku pioneernya dari Starbucks, semua orang berlomba-lomba untuk nongkrong di situ. Kayak apa sih ya, kayak punya prestige tersendiri kalau ngopi di Starbucks. Jadi kemungkinan dari situlah muncul coffee shop atau kedai kopi lokal yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi atau dijadikan sebagai tempat nongkrong baru selain Starbucks ditambah lagi harganya cukup terjangkau karena hampir orang-orang yang melakukan aktifitas ngopi di kedai kopi berdominan anak muda atau mahasiswa. Jadi, bisa dibilang kalau keadaannya seperti sekarang sudah pasti kalau ngopi ya pasti sambil nongkrong juga doong..*

P : Lalu, mengapa kamu memilih *nongkrong* di kedai kopi atau *coffee shop* seperti di Hayati ini?

N : Pertama, karena tempat seperti Hayati ini atau *coffee shop* lainnya sangat mendukung untuk saling berinteraksi dengan teman-teman ketika sedang

nongkrong di *coffee shop* atau kedai kopi. Kita *kan* mahasiswa butuh *refreshing* otak setelah dari seluruh kegiatan perkuliahan jadi *yaa..* membantu *banget* *gak melulu* berinteraksi atau berkomunikasi sosial seperti melakukan perbincangan tentang hal-hal yang santai atau berat sekalipun di tempat yang formal *kayak* kampus *gitu*. Kedua, jadi mempunyai banyak *temen*. Biasanya kalau sedang *nongkrong* di *coffee shop*/kedai kopi ada beberapa teman yang mengajak teman lainnya untuk gabung *bareng nongkrongnya* yang *notabene* tidak dalam satu *circle pertemanan itu tuh*. Dari *situ* kita jadi berkenalan dan memperbanyak teman akhirnya. *Kan jadi seru dan asyik punya temen baru* sekaligus mendapatkan informasi baru tentang hal apapun. Aku *simple aja sih*, kalo informasi yang negatif aku buang dan informasi yang positif bisa diambil dengan bijak. Intinya tergantung orangnya *aja*. Namanya juga komunikasi, ketika berinteraksi sosial *kan* tidak selalu yang baik-baik pasti ada buruknya.

P : Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya. Agak sedikit intens ya pertanyaannya. Interaksi seperti apa sih yang biasa kamu dan teman-temanmu obrolin ketika sedang berada di Hayati? I mean perbincangan yang seperti apa yang membuat kamu dan teman-temanmu betah nongkrong berlama-lama?

N : Wahh.. banyak sekali kadang saja aku sampai lupa dari pertama kali datang sampai mau pulang sudah membicarakan apa saja *haha..* Mulai dari *ngobrolin* tentang perkuliahan gimana, tentang usaha kecil-kecilan, tentang *cewek haha*, dan masih banyak lagi. *Kalo* untuk sekarang ini aku dan 2 temanku ini sedang membahas usaha kecil-kecilan *gitu* untuk *income* kami dan berhubung

kami bertiga lagi *selo* ga ada kegiatan lain jadi memutuskan untuk *ngopi* di sini *yaa..itung-itung sambil bahas* usaha yang *pengen* kami *buat* ini. Kemudian ketika dirasakan sudah cukup kami bergegas pulang atau lanjut makan.

P : Bagaimana kamu mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?

N : *Kalo* menurutku itu wajar saja ada dan tidak perlu dipermasalahkan secara berlebihan *kan* kita bukan berada di forum debat atau forum formal lainnya jadi santai saja *lahh* ketika *ngobrolin* banyak hal saat lagi *ngopi* di kedai kopi. Niat aku dan teman-temanku *ngopi sambil nongkrong kan* untuk menghilangkan penat sejenak dari segala rutinitas kuliah *trus ya masa sih cuma gara-gara beda pendapat dikit langsung bubar nongkrongnya haha kan gak lucu yakk..* Secara pribadi aku menyikapinya santai saja. Dan sepertinya hampir tidak pernah *kok* menemukan perbedaan secara mendetail ketika sedang *ngobrolin* sesuatu walaupun ada aku tidak menganggapnya perbedaan tetapi menambah informasi baru untukku. Mungkin akan terasa perbedaannya ketika kami sedang *ngobrolin pilpres* atau politik *haha..*

P : Apa yang anda cari dari kegiatan nongkrong atau ngopi?

N : *Aduh hahaha gimana yaa sadar gak sadar sih kalo ini agak bingung juga kenapanya.. Hhmm..* secara pribadi aku *cuma pengen* relax saja dari penatnya dunia perkuliahan, meluangkan waktu *lah* intinya *buat ngopi sambil nngkrong bareng temen-temen.* Itu saja tidak setiap saat *kok* misal lagi *pada bahas di grup*

WA mau pada ngopi di waktu sekian dan ada yang mengajak juga. Atau sedang jenuh di kos saja bingung mau ngapain yaa.. akhirnya aku mengajak teman untuk nongkrong sambil ngopi. Dan mungkin bawaan jaman juga kali yaa dimana-mana pada ngopi jadi secara tidak sadar ikutan juga hehe

P : Apakah kamu punya kebahagiaan tersendiri ketika nongkrong di kedai kopi?

N : Jujur saja aku bukan penikmat kopi, setiap aku datang ke kedai kopi/coffee shop hampir tidak pernah memesan minuman berjenis kopi. Aku selalu memesan menu non coffee-nya seperti red velvet latte, green tea blend, atau sejenis es coklat. Aku menikmati berada di kedai kopi/coffee shop bukan karena kopinya tetapi aku merasa punya kenyamanan tersendiri dan menyenangkan saja bisa menikmati sebuah kedai kopi yang mempunyai interior yang menarik, cozy, banyak lampu-lampu lucu, dan juga suasananya yang enak untuk ngobrolin banyak hal. Ditambah lagi kedai kopi semakin banyak sehingga pasti setiap kedai kopi berlomba-lomba untuk menyuguhkan tempat yang nyaman dan unik agar pengunjung bisa betah di sana. Trus kan aku lumayan sering ke Hayati, mbaknya yang di Hayati sampai udah hafal gitu sama aku haha kalo dateng kesini pesen minumannya apa karena aku gak begitu suka kopi.

WAWANCARA II

Narasumber 2, 4 Agustus 2019

Nama: Dina Chairiza

Umur: 23 tahun

Pekerjaan: Mahasiswa Manajemen

Asal: Magelang

*peneliti sebagai P, narasumber sebagai N

P : Hai, selamat siang. Sebelumnya maaf ya mengganggu waktunya sebentar. Saya Nita dari mahasiswa Fisip Uajy sedang melakukan penelitian skripsi di Hayati. Kakak bersedia untuk saya wawancara terkait skripsi saya?

N : Iyaa, boleh..

P : Menurut kamu, komunikasi sosial itu seperti apa sih?

N : Komunikasi sosial itu proses interaksi yang dilakukan beberapa orang atau masyarakat untuk mendapatkan sebuah informasi yang terhubung dengan lingkungan sekitarnya, bisa secara langsung atau tidak langsung.

P : Kamu setuju *gak* kalau nongkrong di *coffee shop* atau kedai kopi termasuk bagian dari cara berkomunikasi sosial atau ada kaitannya?

N : Setuju, *ngikutin zaman juga kan tuh jadinya yaa..* Bisa berbincang-bincang *bareng temen*, berinteraksi satu sama lain, *sharing*, dan lain lain di tempat yang baru seperti sebuah kedai kopi.

P : **Awal mula *tau* Hayati Specialty Coffee darimana? Temankah? Atau media sosialkah?**

N : *Gak sengaja* saya lewat jalan sini mau ke arah Jalan Solo *trus* lihat ada kedai kopi Hayati, selang beberapa hari aku *iseng cari* Hayati di instagram ternyata ada instagramnya. Aku lihat *feed* instagramnya sepertinya bagus tempatnya dan untuk *skripsian* terlihat nyaman, jadi suatu hari aku memutuskan ke Hayati.

P : **Seberapa sering *ke* Hayati?**

N : Cukup sering kesini, dalam beberapa waktu saat itu aku kesini bisa seminggu 4 kali dan sekali kesini bisa *lama banget*. Pernah 6-7 jam karena *sambil skripsian bareng temen* seperjuangan skripsiku *hehe..*

P : ***Apa sih* yang membuat kamu *seneng ke* Hayati?**

N : Karena tempatnya unik seperti *homie* gitu jadi cocok untuk *garap tugas/skripsian*, suasananya yang tidak terlalu ramai jadi untuk berdiskusi bersama *kayak hidup aja gitu loh*, interiornya juga bagus. Kebetulan kasirnya *temennya temen* aku jadi kenal *gitu deh ceritanya kan jadi enak aja kalo mau pesen ga sungkan haha..*

P : **Menurut kamu, *ngopi* itu termasuk *nongkrong* atau tidak?**

N : Tergantung *ngopinya* dimana dulu, *kalau ngopinya* di rumah saja aku *pikir* itu bukan bagian dari *nongkrong*. *Kalau* di tempat *cafe* atau kedai kopi sudah pasti *ngopi di situ yaa nongkrong* juga namanya.

P : **Lalu, mengapa kamu memilih *nongkrong* di kedai kopi atau *coffee shop* seperti di Hayati ini?**

N : Pada dasarnya *nongkrong* dimana saja bisa tetapi aku lebih suka di kedai kopi atau seperti di Hayati ini. Tempatnya menarik, unik, suasananya *homie, instagramable juga. Buat ngobrol santai masuk banget* ini tempatnya secara tidak langsung sudah berkomunikasi sosial *di sini* dengan lingkungan yang mendukung sebuah interaksi dengan sesama individu atau kelompok.

P : **Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya. Agak sedikit *intens* ya pertanyaannya. Interaksi seperti apa *sih* yang biasa kamu dan teman-temanmu *obrolin* ketika sedang berada di Hayati? *I mean* perbincangan yang seperti apa yang membuat kamu dan teman-temanmu *betah nongkrong berlama-lama*?**

N : Aku seringnya karena mengerjakan skripsi *bareng temen-temenku* di Hayati, kadang juga berganti tempat kedai kopi lain *sih* supaya tidak bosan. *Kalau* mengerjakan di kos atau kampus *hawanya suntuk* karena *spaneng*, *kalau* di tempat yang berbeda seperti di Hayati atau kedai kopi lain *berasa rileks aja gitu* tidak *spaneng*, masih bisa *ngobrol santai trus lanjut skripsian* lagi karena aku orangnya tidak bisa yang terlalu serius sekali sampai pusing sendiri *kan* setiap orang

berbeda-beda *yaa hehe..* Jadi mungkin itu yang membuat aku dan teman-temanku betah berlama-lama di Hayati.

P : Bagaimana kamu mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?

N : Sejah ini setiap *nongkrong sambil ngopi* tidak pernah merasakan adanya perbedaan ketika sedang *ngobrol*. Gunanya *kesini kan* untuk berinteraksi dengan satu sama lain saling berbagi cerita, menambah informasi, menjalin hubungan dengan teman-teman lewat berinteraksi tersebut. *Cuma* terdapat tempat pendukungnya seperti di kedai kopi ini yang menjadi wadah untuk saling berinteraksi.

P : Apa yang anda cari dari kegiatan nongkrong atau ngopi?

N : Yang dicari suasananya, suasana *ngopi* di kedai kopi itu berbeda. Banyak hal yang bisa di *obrolin* seputar apapun dari hal kecil sampai hal besar bahkan dari hal yang sifatnya *candaan* sampai yang serius. Kita bisa saja jadi lebih akrab dengan teman-teman lainnya setelah *ngopi*, lebih bisa mengenal satu sama lain secara *personal* melalui *obrolan-obrolan* kecil yang sedang dilakukan. Contoh aku yang *ngopi sambil skripsian* di Hayati *bareng temen-temenku* ini, kita bisa saling *sharing* baiknya gimana dalam mendalami topik skripsi kita, saling memberikan saran dan kritik yang tentunya tidak se *spaneng* saat di kampus karena sifatnya santai. Suasana di Hayati yang tenang dan *homie* membuat kita jadi *rileks garap bareng-bareng* ditemani minuman yang sudah dipesan beserta

cemilannya *hehe..* Bahkan pada waktu itu aku dan grup bimbingan skripsiku bersama dosen pembimbingku melakukan bimbingan di sebuah kedai kopi, ini menarik *lohh* kedai kopi bisa dijadikan sebagai *working space*. Hal tersebut membuktikan bahwa cara berkomunikasi sosial sekarang memiliki berbagai macam cara yang menurutku itu sangat fleksibel dapat merangkul banyak hal. Hingga akhirnya pengembangan diri seseorang tidak hanya di lingkup formal saja seperti kampus tetapi bisa dimana saja.

P : Apakah kamu punya kebahagiaan tersendiri ketika *nongkrong* di kedai kopi?

N : Nuansa dan suasana kedai kopi *tuh asyik*, tidak monoton, dan *bikin* suasana baru setiap ke sini. *Yaa prestige dikit lah* di media sosial *kalo ngopinya* di kedai kopi ternama seperti di Starbucks atau D'Journal atau yang cukup terkenal di suatu kota apalagi tempat kedai kopi tersebut unik. Jadi kebahagiaan tersendiriya terletak di situ dan juga *ngopi sambil garap tugas/skripsi* di sini *bikin* tidak cepat bosan.

WAWANCARA III

Narasumber 3, 9 Agustus 2019

Nama: Putra Bagaskara

Umur: 22 tahun

Pekerjaan: Mahasiswa Teknik Informatika

Asal: Solo

*peneliti sebagai P, narasumber sebagai N

P : Hai, selamat siang. Sebelumnya maaf ya mengganggu waktunya sebentar. Saya Nita dari mahasiswa Fisip Uajy sedang melakukan penelitian skripsi di Hayati. Kakak bersedia untuk saya wawancara terkait skripsi saya?

N : Iyaa, sebisaku aja ya mbak jawabnya, kalau salah gapapa ya hehe..

P : Menurut kamu, komunikasi sosial itu seperti apa sih?

N : Yang dimaksud komunikasi sosial yaitu komunikasi yang menghubungkan dengan pengembangan diri seseorang di lingkungan sekitarnya, dimana orang tersebut akan mengerti bagaimana dan seperti apa dirinya di tempat mereka berkomunikasi sosial.

P : Kamu setuju *gak* kalau nongkrong di *coffee shop* atau kedai kopi termasuk bagian dari cara berkomunikasi sosial atau ada kaitannya?

N : Setuju, karena itu dari situ kita bisa bersosialisasi juga dengan orang lewat teman, kerabat, bahkan teman se-grup *haha.. Cuma* tempatnya saja yang beda dan lebih modern di kedai kopi atau *coffee shop*.

P : Awal mula *tau* Hayati Specialty Coffee darimana? Temankah? Atau media sosialkah?

N : Pada waktu itu aku *mau* ke Sinergi Coffee tapi *lewat*in daerah sini *dulu trus liat* Hayati Specialty Coffee, *pas* aku pikir-pikir *rame* juga ternyata Sinergi Coffee, akhirnya aku memutuskan untuk kesini saja.

P : Seberapa sering *ke* Hayati?

N : Aku baru 2 kali ke Hayati, ini waktu keduaku kesini, sebelumnya sudah lama sekali tahun kemarin kalau tidak salah. Di jogja *kan* banyak tempat kedai kopi, *kayaknya* hampir di setiap jalan ada jadi tidak bingung untuk *ngopi*.

P : Apa *sih* yang membuat kamu *seneng* ke Hayati?

N : Ada menu makannya *haha*, biasanya kedai kopi *cuma sediain* cemilan saja. *Pas* kebetulan aku belum makan juga daripada aku keluar lagi, jadi sekalian saja pesan makan di sini. Pertama aku pesan, nasi goreng kampung Hayati *trus sekarang* ini aku pesan rice bowl chicken sambal matah. Tempatnya unik, banyak hiasan tanaman yang menempel di dinding dan *pas* untuk orang yang ini *ngobrol santai* atau *nugas* karena banyak colokan *hahaha..*

P : Menurut kamu, ngopi itu termasuk nongkrong atau tidak?

N : Iyaalah.. inikan jelas banget lagi nongkrong sambil ngopi hhaha..

P : Lalu, mengapa kamu memilih nongkrong di kedai kopi atau coffee shop seperti di Hayati ini?

N : Yaa.. sekarang dimana lagi nongkrong kalo ga di kedai kopi atau bahasa kerennya tuh coffee shop. Sebenarnya banyak yaa tempat nongkrong, tapi entahlah mungkin gaya hidup sekarang membuat kedai kopi menjadi pilihan baru untuk berinteraksi dengan banyak orang, tempat kedai kopi juga semakin banyak dimana-mana. Aku pun bukan penikmat kopi seperti orang pada umumnya, aku selalu memesan menu non-coffee nya seperti es coklatnya. Tidak masalah bagiku jika nongkrongnya di kedai kopi tetapi memesannya bukan kopi.

P : Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya. Agak sedikit intens ya pertanyaannya. Interaksi seperti apa sih yang biasa kamu dan teman-temanmu obrolin ketika sedang berada di Hayati? I mean perbincangan yang seperti apa yang membuat kamu dan teman-temanmu betah nongkrong berlama-lama?

N : Banyak banget. Menanyakan kabar masing-masing, mempunyai cerita apa saja yang bisa dijadikan sharing, berbagi informasi seputar dunia kerja, dunia kuliah, dunia pertemanan, dunia perpacaran, wahh banyak deh.. Yang membuat nyamanpun tempatnya juga ngaruh sih karena Hayati ini tempatnya syahdu buat ngopi sambil ngobrol banyak..

P : Bagaimana kamu mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?

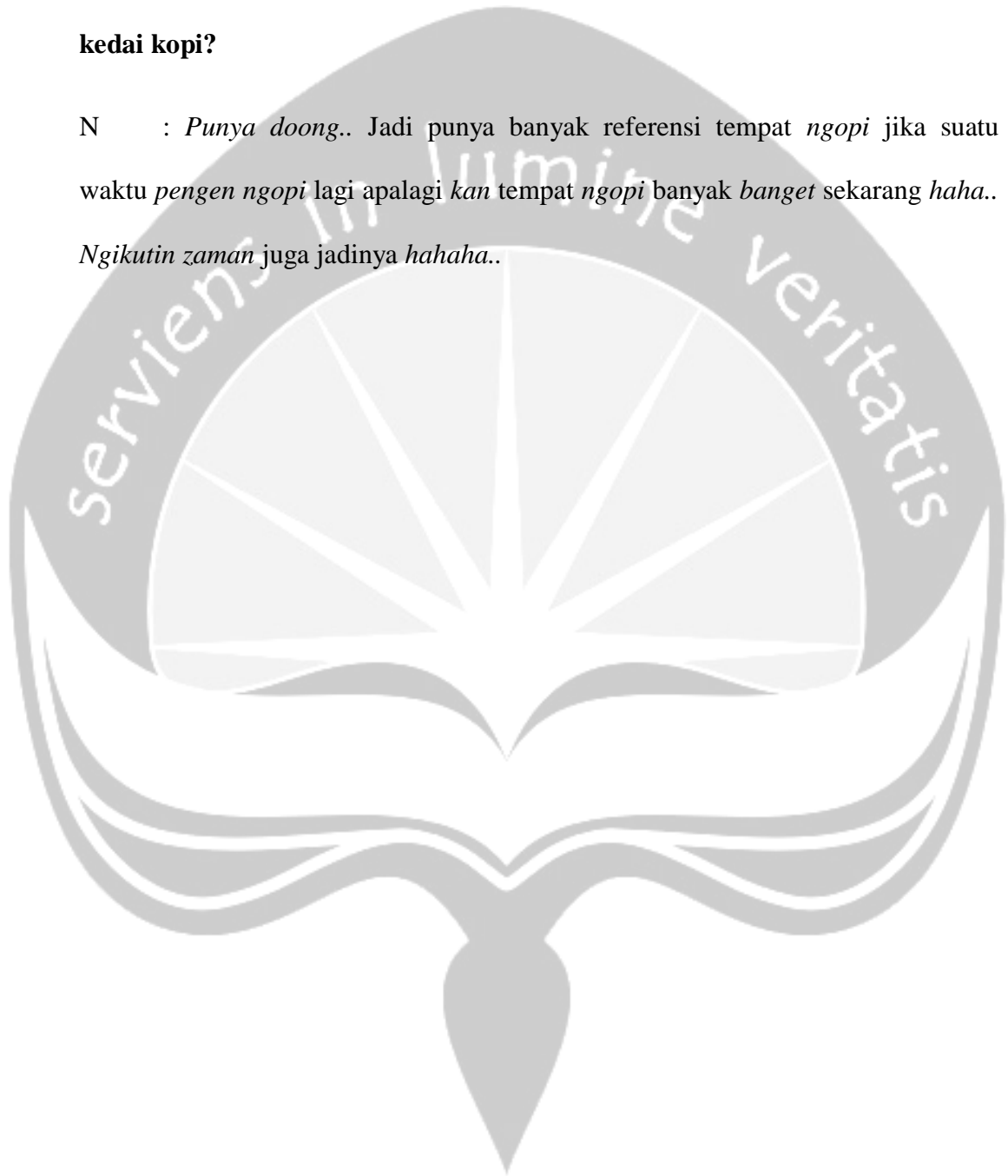
N : Tujuan *ngopi* di sini *kan* untuk menikmati minumannya selain itu untuk dapat *ngobrol* tentang banyak hal dengan teman-teman yang lain, dengan begitu kita dapat saling bertukar pikiran disela-sela meminum minuman yang sudah dipesan oleh kita. Banyak hal yang bisa diceritakan bisa tentang diri kita sendiri, tentang masalah kita, dan masih banyak lagi. Kalau pun ada perbedaan dan persamaan jadikan saja itu sebagai bentuk konsep diri kita masing-masing. Jadi tau kan ‘*oohh.. ternyata kamu lucu juga ya orangnya, oohh kita sepemikiran ya tentang ini, oohh dari cerita yang tadi kamu bilang ternyata dia moodyan ya anaknya, dan lain lain..*’

P : Apa yang anda cari dari kegiatan nongkrong atau ngopi?

N : Untuk menikmati waktu di sela-sela kesibukan dari rutinitas. Tidak harus setiap hari juga *kok, kalau* setiap hari justru *malah* bosan. Mungkin bagi penikmat kopi, yang dicari saat ke kedai kopi adalah bagaimana mereka menikmati seduhan kopinya tetapi sebagian lain yang mengunjungi kedai kopi adalah untuk bisa berinteraksi dengan satu sama lain dengan disuguhkan lewat tempat yang nyaman untuk *ngobrol* atau suasana yang baru. Rata-rata tempat kedai kopi yang aku lihat *memang* nyaman untuk *ngobrol* karena bisa dipengaruhi desain interiornya yang *pada unik-unik gitu*.

P : Apakah kamu punya kebahagiaan tersendiri ketika *nongkrong* di kedai kopi?

N : *Punya doong..* Jadi punya banyak referensi tempat *ngopi* jika suatu waktu *pengen ngopi* lagi apalagi *kan* tempat *ngopi* banyak banget sekarang *haha..* *Ngikutin zaman* juga jadinya *hahaha..*



WAWANCARA IV

Narasumber 4, 16 Agustus 2019

Nama: Adhitya Pamungkas

Umur: 25 tahun

Pekerjaan: Barista Hayati Coffee

Asal: Yogyakarta

P : Hallo.. selamat malam kak. Kak mau tanya nih.. Kenapa sih di namain Hayati?

N : Cukup sederhana sih bisa dinamakan Hayati. Hayati bermakna hidup, jadi filosofinya adalah bahwa kami ingin memberikan *message* kepada pengunjung Hayati atau *costumers* kami bahwa kehidupan seseorang beriringan dengan menikmati secangkir kopi setiap harinya. Jadi dengan melakukan berbagai macam interaksi dengan banyak orang merupakan bagian dari berkehidupan dengan tentunya menikmati secangkir kopi. Tentunya kami menselaraskan tempat yang hidup pula sehingga semakin #mengHayati.

P : Lalu, bagaimana *message* komunikasi yang dilakukan Hayati kepada pengunjungnya?

N : Melalui *instagram* kami. Dengan *instagram* kami, para pengunjung dapat melihat *all about Hayati* dan pesan-pesan tersebut ditunjukkan di dalam *instagram* tentang #mengHayati. Kami mengabadikannya di highlight *instagram* agar semua orang dapat melihat kegiatan kami disini.

P : **Sehari Hayati biasa menerima berapa pengunjung kak?**

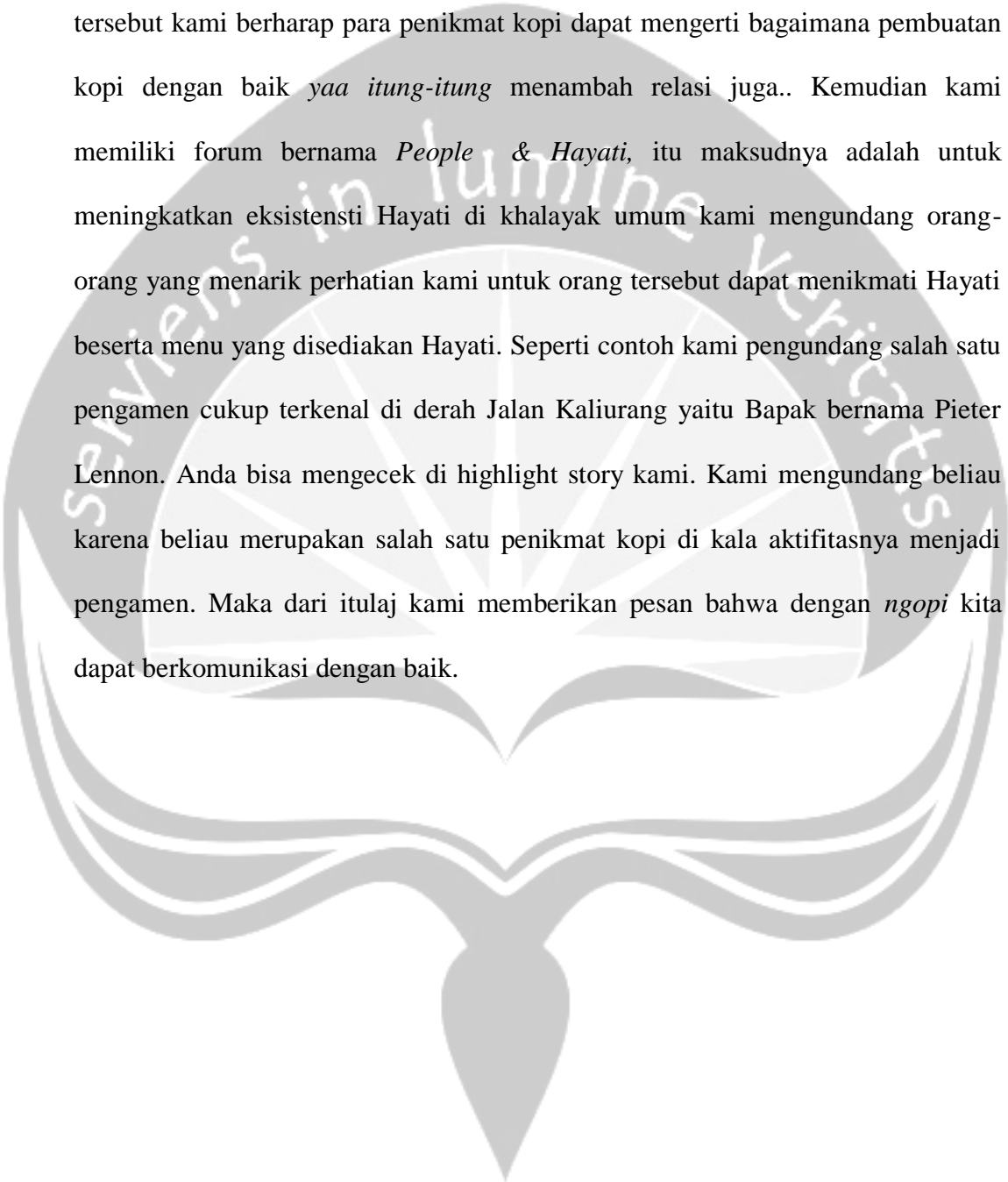
N : Paling banyak sehari yang datang ke Hayati mencapai kurang lebihnya 50 orang dan jika sedang tidak begitu ramai biasanya kurang lebih sehari 25 sampai 30 orang.

P : **Keterkaitan Hayati dengan gaya hidup *ngopi* sekarang apa kak?**

N : Semua orang *tau sih ngopi* sekarang lagi *hits banget*, apalagi Jogja banyak sekali kedai kopi kecil atau kedai kopi besar dimana-mana. Jadi orang-orang tidak perlu bingung *gitu kalo mau ngopi*. Maka itu tadi Hayati ingin memberikan pesan bahwa berkehidupan tentunya diiringi dengan *ngopi* sehingga dengan kopi semua orang dapat menghayati kehidupan dengan baik.

P: **Bagaimana *sih* Hayati membaurkan konsep *nongkrong* di kedai kopi dengan cara berkomunikasi sosial untuk para pengunjungnya? Apakah ada kiat-kiat khusus?**

N: *Well*, memang sepertinya sama dengan kedai kopi lain yang menjual menu kopi dan lainnya atau menyediakan promo di periode waktu tertentu. Tetapi kami terkadang membuat beberapa agenda tentunya yang berhubungan dengan kopi. Agenda tersebut kami beri nama *diskusi Hayati*. Anda bisa cek saja di *highlight* *instagram* kami. Disitu kami mengadakan beberapa agenda seperti berdiskusi



seperti contoh tentang tata cara penyeduhan, pengaruh suhu terhadap hasil penyeduhan kopi, serta tata cara pembuatan kopi. Dengan adanya ruang diskusi tersebut kami berharap para penikmat kopi dapat mengerti bagaimana pembuatan kopi dengan baik *yaa itung-itung* menambah relasi juga.. Kemudian kami memiliki forum bernama *People & Hayati*, itu maksudnya adalah untuk meningkatkan eksistensi Hayati di khalayak umum kami mengundang orang-orang yang menarik perhatian kami untuk orang tersebut dapat menikmati Hayati beserta menu yang disediakan Hayati. Seperti contoh kami mengundang salah satu pengamen cukup terkenal di daerah Jalan Kaliurang yaitu Bapak bernama Pieter Lennon. Anda bisa mengecek di highlight story kami. Kami mengundang beliau karena beliau merupakan salah satu penikmat kopi di kala aktifitasnya menjadi pengamen. Maka dari itu kami memberikan pesan bahwa dengan *ngopi* kita dapat berkomunikasi dengan baik.

LAMPIRAN 3

Koding 1

Narasumber 1 : Ryan Syah Putra – Mahasiswa Ilmu Hukum PTS Yogyakarta

*peneliti (P), narasumber (N)

KODE	TRANSKRIP	INTISARI	TOPIK & KONSEP
001	<p>P: Kamu setuju <i>gak</i> kalau nongkrong di <i>coffee shop</i> atau kedai kopi termasuk bagian dari cara berkomunikasi sosial atau ada kaitannya?</p> <p>N: <i>Hhmm..</i> menarik <i>nih</i>. Setuju-setuju aja kalau dari aku. Kenapa? Karena sekarang ini lagi <i>booming banget</i> ya budaya <i>ngopi</i> di Indonesia. <i>Haduh..</i> <i>gak usah</i> jauh-jauh <i>deh</i>, di Jogja aja tempat <i>ngopi</i> bertebaran <i>dimana-mana</i>. Di sini (<i>coffee shop</i>/kedai kopi) membuat kita para pengunjung jadi <i>betah</i> buat <i>ngopi bareng temen-temen, gebetan, atau pacar haha..</i></p>	<p>Keterkaitan komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i> di Hayati dari sudut pandang narasumber 1.</p>	<p>Kronologi keterkaitan komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i> di Hayati.</p>

	<p>Seperti dikasih tempat khusus <i>gitu, nah</i> jadi lebih enak dan seru buat <i>ngobrolin</i> banyak hal di sini.</p>		
002	<p>P: Awal mula tau Hayati Specialty Coffee darimana? Temankah? Atau media sosialkah?</p> <p>N: Aku sih tau pertama kali dari temen. Kebetulan pada waktu kita mau nongki (nongkrong) malem mingguan, pas lagi bahas di grup chat pada bilang ke sini aja (Hayati Specialty Coffee). Tempatnya lumayan cozy kok, gak rame banget dan gak sepi banget terus jadi suka ke sini beberapa kali.</p>	<p>Pengetahuan tentang keberadaan kedai kopi Hayati pada narasumber 1</p>	<p>Proses pengetahuan tentang keberadaan kedai kopi Hayati pada narasumber 1</p>

003	<p>P : Seberapa sering ke Hayati ?</p> <p>N : Lumayan sering kak, seminggu bisa 3-4 kali. Lamanya di Hayati setiap <i>dateng</i> kurang lebih 2-3 jam, <i>gak perlu lama lama lah kalau dirasa udah bosan langsung balik.</i></p> <p>Biasanya kalau ke Hayati malem <i>sih aku bareng temen-temen jugak.</i> Tapi <i>gak</i> rutin juga <i>yaaa..</i> tergantung <i>mood</i> juga <i>haha..</i> kalau lagi banyak ajakan <i>temen-temen</i> juga.</p>	Intensitas berkunjung ke kedai kopi Hayati	- Keterkaitan intensitas berkunjung ke kedai kopi Hayati dengan berlangsungnya proses berkomunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi.</i>
004	<p>P : Lalu, mengapa kamu memilih <i>nongkrong</i> di kedai kopi atau <i>coffee shop</i> seperti di Hayati ini?</p> <p>N : Pertama, karena tempat seperti Hayati ini atau <i>coffee shop</i> lainnya sangat mendukung untuk saling berinteraksi dengan teman-teman ketika sedang <i>nongkrong</i> di <i>coffee shop</i> atau kedai kopi. Kita <i>kan</i> mahasiswa butuh <i>refreshing</i> otak setelah dari seluruh kegiatan perkuliahan jadi <i>yaa..</i> membantu banget <i>gak melulu</i> berinteraksi atau</p>	Ketertarikan melakukan aktifitas <i>ngopi</i> di kedai kopi Hayati menurut narasumber 1	Ulasan tentang sebuah kedai kopi dijadikan sebagai tempat untuk melakukan komunikasi sosial

	<p>berkomunikasi sosial seperti melakukan perbincangan tentang hal-hal yang santai atau berat sekalipun di tempat yang formal kayak kampus gitu.</p> <p>Kedua, jadi mempunyai banyak <i>temen</i>. Biasanya kalau sedang <i>nongkrong</i> di <i>coffee shop</i>/kedai kopi ada beberapa teman yang mengajak teman lainnya untuk gabung <i>bareng nongkrongnya</i> yang <i>notabene</i> tidak dalam satu <i>circle pertemanan itu tuh</i>. Dari situ kita jadi berkenalan dan memperbanyak teman akhirnya. <i>Kan jadi seru dan asyik punya temen baru</i> sekaligus mendapatkan informasi baru tentang hal apapun. Aku <i>simple aja sih, kalo</i> informasi yang negatif aku buang dan informasi yang positif bisa diambil dengan bijak. Intinya tergantung orangnya <i>aja</i>. Namanya juga komunikasi, ketika berinteraksi sosial <i>kan</i> tidak selalu yang baik-baik pasti ada buruknya.</p>		
005	<p>P : Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya. Agak sedikit intens ya pertanyaannya. Interaksi seperti apa sih yang</p>	<p>Percakapan/perbincangan</p> <p>pengunjung Hayati yang</p>	<p>- Pemahaman makna komunikasi sosial melalui perbincangan/percakapan pelanggan Hayati di dalam ruang lingkup gaya</p>

	<p>biasa kamu dan teman-temanmu obrolin ketika sedang berada di Hayati? I mean perbincangan yang seperti apa yang membuat kamu dan teman-temanmu betah nongkrong berlama-lama?</p> <p>N: <i>Wahh..</i> banyak sekali kadang saja aku sampai lupa dari pertama kali datang sampai mau pulang sudah membicarakan apa saja <i>haha..</i> Mulai dari <i>ngobrolin</i> tentang perkuliahan gimana, tentang usaha kecil-kecilan, tentang <i>cewek haha</i>, dan masih banyak lagi. <i>Kalo</i> untuk sekarang ini aku dan 2 temanku ini sedang membahas usaha kecil-kecilan <i>gitu</i> untuk <i>income</i> kami dan berhubung kami bertiga lagi <i>selo</i> ga ada kegiatan lain jadi memutuskan untuk <i>ngopi</i> di sini <i>yaa...itung-itung sambil bahas</i> usaha yang <i>pengen</i> kami <i>buat</i> ini. Kemudian ketika dirasakan sudah cukup kami bergegas pulang atau lanjut makan.</p>	<p>dijadikan sebagai interaksi sosial pada sesama sebagai bentuk komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p> <p>Pelanggan Hayati melakukan perbincangan seperti seputar dunia perkuliahan dan tentang usaha bisnis sembari melakukan <i>ngopi</i> di Hayati.</p>	<p>hidup <i>ngopi</i>.</p>
--	---	---	----------------------------

006	<p>P: Apakah kamu punya kebahagiaan tersendiri ketika <i>nongkrong</i> di kedai kopi?</p> <p>N: Jujur saja aku bukan penikmat kopi, setiap aku datang ke kedai kopi/coffee shop hampir tidak pernah memesan minuman berjenis kopi. Aku selalu memesan menu non coffee-nya seperti red velvet latte, green tea blend, atau sejenis es coklat. Aku menikmati berada di kedai kopi/coffee shop bukan karena kopinya tetapi aku merasa punya kenyamanan tersendiri dan menyenangkan saja bisa menikmati sebuah kedai kopi yang mempunyai interior yang menarik, cozy, banyak lampu-lampu lucu, dan juga suasananya yang enak untuk ngobrolin banyak hal. Ditambah lagi kedai kopi semakin banyak sehingga pasti setiap kedai kopi berlomba-lomba untuk menyuguhkan tempat yang nyaman dan unik agar pengunjung bisa betah di sana. Trus kan aku lumayan sering ke Hayati, mbaknya yang di Hayati sampai udah hafal gitu sama aku haha kalo dateng kesini pesen</p>	<p>Manfaat melakukan <i>ngopi/nongkrong</i> di Hayati sebagai bentuk memperoleh kebahagiaan tersendiri</p> <p>Pelanggan mengaku bukan penikmat kopi tetapi menyukai <i>nongkrong</i> di kedai kopi seperti Hayati karena mempunyai kenyamanan tersendiri di dalam benaknya.</p>	<p>Pengaplikasian fungsi komunikasi sosial di dalam ruang lingkup <i>ngopi</i> di Hayati.</p>
-----	--	---	---

	minumnya apa karena aku gak begitu suka kopi.		
--	---	--	--



Koding 2

Narasumber 2 : Dina Chairiza – Mahasiswa Manajemen PTS Yogyakarta

*peneliti (P), narasumber (N)

KODE	TRANSKRIP	INTISARI	TOPIK & KONSEP
001	<p>P : <i>Apa sih</i> yang membuat kamu <i>seneng</i> ke Hayati?</p> <p>N: Karena tempatnya unik seperti homie gitu jadi cocok untuk garap tugas/skripsian, suasananya yang tidak terlalu ramai jadi untuk berdiskusi bersama kayak hidup aja gitu loh, interiornya juga bagus. Kebetulan kasirnya temennya temen aku jadi kenal gitu deh ceritanya kan jadi enak aja kalo mau pesen ga sungkan haha..</p>	<p>- Bagaimana Hayati memberi kenyamanan kepada pengunjungnya di mata pengunjungnya</p> <p>- Adanya sebuah relasi komunikasi dan suasana tempat kedai kopi yang dibentuk Hayati menjadi penentu pelanggan Hayati betah melakukan komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p>	<p>- Keterkaitan suasana atau kondisi Hayati dengan suatu kenyamanan dari pengunjung Hayati.</p>
002	<p>P: Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya. <i>Agak sedikit intens ya pertanyaannya.</i> Interaksi seperti apa <i>sih</i> yang biasa kamu dan teman-temanmu <i>obrolin</i> ketika sedang berada di Hayati? <i>I mean</i> perbincangan yang</p>	<p>Percakapan/perbincangan pelanggan Hayati yang dijadikan sebagai interaksi sosial pada sesama sebagai bentuk komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p> <p>-Pelanggan Hayati melakukan tugas kuliah</p>	<p>Pemahaman makna komunikasi sosial melalui tugas bersama tentang perkuliahan pada pelanggan Hayati di dalam ruang lingkup <i>ngopi</i>.</p>

	<p>seperti apa yang membuat kamu dan teman-temanmu <i>betah nongkrong berlama-lama?</i></p> <p>N: Aku seringkali karena mengerjakan skripsi bareng temen-temenku di Hayati, kadang juga berganti tempat kedai kopi lain sih supaya tidak bosan. Kalau mengerjakan di kos atau kampus hawanya suntuk karena spaneng, kalau di tempat yang berbeda seperti di Hayati atau kedai kopi lain berasa rileks aja gitu tidak spaneng, masih bisa ngobrol santai trus lanjut skripsian lagi karena aku orangnya tidak bisa yang terlalu serius sekali sampai pusing sendiri kan setiap orang berbeda-beda yaa hehe.. Jadi mungkin itu yang membuat aku dan teman-temanku betah berlama-lama di Hayati.</p>	<p>bersama rekan-rekannya untuk saling bertukar pikiran sebagai bentuk komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p>	
--	---	---	--

002	<p>P: Bagaimana kamu mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?</p> <p>N: Sejauh ini setiap nongkrong sambil ngopi tidak pernah merasakan adanya perbedaan ketika sedang ngobrol. Gunanya kesini kan untuk berinteraksi dengan satu sama lain saling berbagi cerita, menambah informasi, menjalin hubungan dengan teman-teman lewat berinteraksi tersebut. Cuma terdapat tempat pendukungnya seperti di kedai kopi ini yang menjadi wadah untuk saling berinteraksi.</p>	<p>- Penjelasan tentang adanya sebuah komunikasi sosial terkait perbedaan/persamaan topik dalam aktifitas <i>ngopi</i> di Hayati</p>	<p>Proses pembentukan konsep komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i> di Hayati pada pelanggannya</p>
003	<p>P : Apa yang anda cari dari kegiatan nongkrong atau ngopi?</p> <p>N: Yang dicari suasananya, suasana</p>	<p>- Proses keterkaitan <i>nongkrong sambil ngopi</i> dan komunikasi sosial menurut narasumber 2</p> <p>- Suasana, berbagai</p>	<p>- Penyampaian pernyataan setiap narasumber tentang komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p>

	<p>ngopi di kedai kopi itu berbeda. Banyak hal yang bisa di obrolin seputar apapun dari hal kecil sampai hal besar bahkan dari hal yang sifatnya candaan sampai yang serius. Kita bisa saja jadi lebih akrab dengan teman-teman lainnya setelah ngopi, lebih bisa mengenal satu sama lain secara personal melalui obrolan-obrolan kecil yang sedang dilakukan. Contoh aku yang ngopi sambil skripsian di Hayati bareng temen-temenku ini, kita bisa saling sharing baiknya gimana dalam mendalami topik skripsi kita, saling memberikan saran dan kritik yang tentunya tidak se spaneng saat di kampus karena sifatnya santai. Suasana di Hayati</p>	<p>macam interaksi yang dilakukan menjadi tolak ukur narasumber 2 dalam menikmati <i>ngopi</i>.</p>	
--	--	---	--

	<p>yang tenang dan homie membuat kita jadi rileks garap bareng-bareng ditemani minuman yang sudah dipesan beserta cemilannya hehe.. Bahkan pada waktu itu aku dan grup bimbingan skripsiku bersama dosen pembimbingku melakukan bimbingan di sebuah kedai kopi, ini menarik loh kedai kopi bisa dijadikan sebagai working space. Hal tersebut membuktikan bahwa cara berkomunikasi sosial sekarang memiliki berbagai macam cara yang menurutku itu sangat fleksibel dapat merangkup banyak hal. Hingga akhirnya pengembangan diri seseorang tidak hanya di lingkup formal saja seperti kampus tetapi bisa dimana saja.</p>		

Koding 3

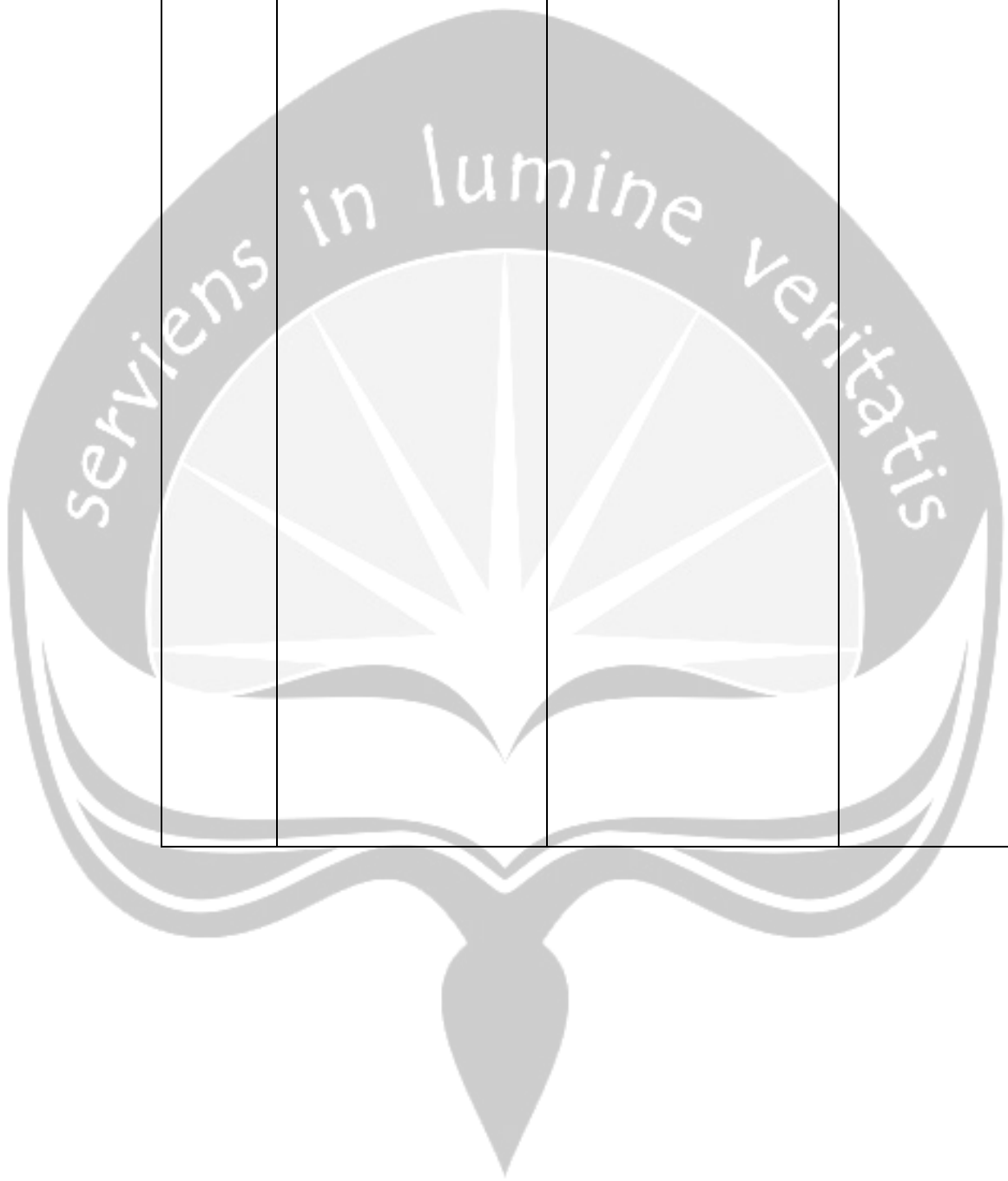
Narasumber 3 : Putra Bagaskara – Mahasiswa Teknik Informatika PTS Yogyakarta

*Peneliti (P) , narasumber (N)

KODE	TRANSKRIP	INTISARI	TOPIK & KONSEP
001	<p>P : <i>Apa sih</i> yang membuat kamu <i>seneng</i> ke Hayati?</p> <p>N: Ada menu makannya <i>haha</i>, biasanya kedai kopi <i>cuma sediain</i> cemilan saja. <i>Pas</i> kebetulan aku belum makan juga daripada aku keluar lagi, jadi sekalian saja pesan makan di sini. Pertama aku pesan, nasi goreng kampung Hayati <i>trus sekarang</i> ini <i>aku</i> pesan rice bowl chicken sambal matah. Tempatnya unik, banyak hiasan tanaman yang menempel di dinding dan <i>pas</i> untuk orang yang ini <i>ngobrol santai</i> atau <i>nugas</i> karena banyak colokan <i>hahaha..</i></p>	<p>- Bagaimana Hayati memberi kenyamanan kepada pengunjungnya di mata pengunjungnya</p> <p>- Pelanggan tertarik dengan desain interior Hayati beserta menu yang disediakan Hayati menjadi keterktarikan tersendiri menurut narasumber 3.</p>	<p>-Keterkaitan suasana atau kondisi Hayati dengan suatu kenyamanan dari pengunjung Hayati</p>

002	<p>P: Bagaimana kamu mengetahui persamaan dan perbedaan dengan teman-teman anda ketika sedang berkumpul bersama di kedai kopi Hayati Specialty Coffee ketika sedang melakukan perbincangan topik tertentu?</p> <p>N: Tujuan ngopi di sini kan untuk menikmati minumannya selain itu untuk dapat ngobrol tentang banyak hal dengan teman-teman yang lain, dengan begitu kita dapat saling bertukar pikiran disela-sela meminum minuman yang sudah dipesan oleh kita. Banyak hal yang bisa diceritakan bisa tentang diri kita sendiri, tentang masalah kita, dan masih banyak lagi. Kalau pun ada perbedaan dan persamaan jadikan saja itu sebagai bentuk konsep diri kita masing-masing. Jadi tau kan ‘oohh.. ternyata kamu lucu juga ya orangnya, oohh kita sepemikiran ya tentang ini, oohh dari cerita yang tadi kamu</p>	<p>- Penjelasan tentang adanya sebuah komunikasi sosial terkait perbedaan/persamaan topik dalam aktifitas ngopi di Hayati</p>	<p>- Proses pembentukan konsep komunikasi sosial melalui gaya hidup ngopi di Hayati pada pelanggannya.</p>
-----	---	---	--

	bilang ternyata dia moodyan ya anaknya, dan lain lain..?		
--	--	--	--



003	<p>P : Apa yang anda cari dari kegiatan nongkrong atau ngopi?</p> <p>N: Untuk menikmati waktu di sela-sela kesibukan dari rutinitas. Tidak harus setiap hari juga kok, kalau setiap hari justru malah bosan. Mungkin bagi penikmat kopi, yang dicari saat ke kedai kopi adalah bagaimana mereka menikmati seduhan kopinya tetapi sebagian lain yang mengunjungi kedai kopi adalah untuk bisa berinteraksi dengan satu sama lain dengan disuguhkan lewat tempat yang nyaman untuk ngobrol atau suasana yang baru. Rata-rata tempat kedai kopi yang aku lihat memang nyaman untuk ngobrol karena bisa dipengaruhi desain interiornya yang pada unik-unik gitu.</p>	<p>- Proses keterkaitan nongkrong sambil <i>ngopi</i> dan komunikasi sosial menurut narasumber 3</p> <p>- Menikmati waktu di sela-sela kesibukan atau rutinitas menjadi tolak ukur narasumber 3 dalam menikmati <i>ngopi</i>.</p>	<p>- Penyampaian pernyataan setiap narasumber tentang komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i>.</p>
-----	--	---	--

Koding 4

Narasumber 4 – Adithya Pamungkas - Headbar Hayati Coffee

*peneliti (P), narasumber (N)

KODE	TRANSKRIP	INTISARI	TOPIK & KONSEP
001	<p>P : Hallo.. selamat malam kak. Kak mau tanya nih.. Kenapa sih di namain Hayati?</p> <p>N: Cukup sederhana sih bisa dinamakan Hayati. Hayati bermakna hidup, jadi filosofinya adalah bahwa kami ingin memberikan message kepada pengunjung Hayati atau costumers kami bahwa kehidupan seseorang beriringan dengan menikmati secangkir kopi setiap harinya. Jadi dengan melakukan berbagai macam interaksi dengan banyak orang merupakan bagian dari berkehidupan dengan tentunya menikmati secangkir kopi. Tentunya kami menselaraskan tempat yang hidup pula sehingga semakin #mengHayati.</p>	- Filosofi nama Hayati	- Penjelasan filosofi nama Hayati

002	<p>P: Lalu, bagaimana message komunikasi yang dilakukan Hayati kepada pengunjungnya?</p> <p>N: Melalui instagram kami. Dengan instagram kami, para pengunjung dapat melihat all about Hayati dan pesan-pesan tersebut ditunjukkan di dalam instagram tentang #mengHayati. Kami mengabadikannya di highlight instagram agar semua orang dapat melihat kegiatan kami disini.</p>	<p>- pesan komunikasi yang diberikan Hayati kepada pelanggan dan calon pelanggan.</p> <p>-pesan komunikasi terlihat di media sosial instagram Hayati untuk menunjang informasi tentang hayati kepada khalayak</p>	<p>- Proses pembentukan pesan komunikasi yang dilakukan hayati kepada pelanggan hayati.</p>
003	<p>P: Keterkaitan Hayati dengan gaya hidup ngopi sekarang apa kak?</p> <p>N: Semua orang tau sih ngopi sekarang lagi hits banget, apalagi Jogja banyak sekali kedai kopi kecil atau kedai kopi besar dimana-mana. Jadi orang-orang tidak perlu bingung gitu kalo mau ngopi. Maka itu tadi Hayati ingin memberikan pesan bahwa berkehidupan tentunya diiringi dengan ngopi sehingga dengan kopi semua orang dapat menghayati kehidupan dengan baik.</p>	<p>- Pengaruh lifestyle atau gaya hidup antara <i>ngopi</i> di kedai kopi Hayati dengan pelanggannya.</p>	<p>- Konsep gaya hidup atau lifestyle penelitian di aplikasikan ke dalam lapangan.</p>

004	<p>P: Bagaimana sih Hayati membaurkan konsep nongkrong di kedai kopi dengan cara berkomunikasi sosial untuk para pengunjungnya? Apakah ada kiat-kiat khusus?</p> <p>N: Well, memang sepertinya sama dengan kedai kopi lain yang menjual menu kopi dan lainnya atau menyediakan promo di periode waktu tertentu. Tetapi kami terkadang membuat beberapa agenda tentunya yang berhubungan dengan kopi. Agenda tersebut kami beri nama diskusi Hayati. Anda bisa cek saja di highlight instagram kami. Disitu kami mengadakan beberapa agenda seperti berdiskusi seperti contoh tentang tata cara penyeduhan, pengaruh suhu terhadap hasil penyeduhan kopi, serta tata cara pembuatan kopi. Dengan adanya ruang diskusi tersebut kami berharap para penikmat kopi dapat mengerti bagaimana pembuatan kopi dengan baik yaa itung-itung menambah relasi juga.. Kemudian kami memiliki forum bernama People &</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengaplikasian gaya hidup <i>ngopi</i> kedalam komunikasi sosial - Menggunakan agenda tata cara pembuatan kopi yang dimasukkan ke dalam “Diskusi Hayati” di highlight instagram Hayati - Berdiskusi dengan beberapa orang pilihan Hayati sebagai bentuk proses membaurnya antara <i>ngopi</i> dengan interaksi sosial 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses terjadinya satu kesatuan gaya hidup <i>ngopi</i> dengan komunikasi sosial yang dihubungkan dengan instagram sebagai media eksistensi Hayati
-----	---	---	--

	<p>Hayati, itu maksudnya adalah untuk meningkatkan eksistensi Hayati di khalayak umum kami mengundang orang-orang yang menarik perhatian kami untuk orang tersebut dapat menikmati Hayati beserta menu yang disediakan Hayati. Seperti contoh kami mengundang salah satu pengamen cukup terkenal di daerah Jalan Kaliurang yaitu Bapak bernama Pieter Lennon. Anda bisa mengecek di highlight story kami. Kami mengundang beliau karena beliau merupakan salah satu penikmat kopi di kala aktifitasnya menjadi pengamen. Maka dari itu kami memberikan pesan bahwa dengan ngopi kita dapat berkomunikasi dengan baik.</p>		
--	---	--	--



LAMPIRAN 4

MATRIKS PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti menambahkan bagian matriks penelitian guna mempermudah peneliti dalam menjabarkan proses penelitian ini ketika akan melangsungkan ujian.

No.	Tujuan Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Daftar Pertanyaan
1.	Mendeskripsikan dan memahami komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i> di Hayati Specialty Coffee Yogyakarta pada pelanggan.	1. Komunikasi Sosial	a. Pengertian dan aspek-aspek di dalam komunikasi sosial menurut Mulyana (2010), meliputi: - Fungsi komunikasi	Pelanggan Hayati Specialty Coffee	1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi	Pertanyaan ada pada bagian Wawancara 1 dan Wawancara 2 pada Lampiran Transkrip Wawancara.

			<p>sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspek-aspek komunikasi sosial <p>b. Turunan dari komunikasi sosial dalam sebuah komunikasi kelompok menurut Jalaludin (dalam Mufid. 2009), meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi kelompok primer dan sekunder\ <p>c. Tahapan di dalam komunikasi sosial melalui gaya hidup</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p><i>ngopi</i> di Hayati, meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memesan kopi - Berinteraksi sosial di Hayati - Pemenuhan kebutuhan 			
		2. Gaya hidup atau <i>lifestyle</i>	<p>a. Keterkaitan gaya hidup atau <i>lifestyle</i> di dalam komunikasi sosial melalui gaya hidup <i>ngopi</i> yang meliputi pengelompokan asumsi tentang gaya hidup menurut Chaney (2009), yaitu:</p>	<p>1. Supervisor Hayati Specialty Coffee</p>	<p>1. Wawancara 2. Observasi</p>	<p>Pertanyaan tertera pada Wawancara 4 dalam Transkrip Wawancara</p>