
SEMIOTIKA KOMUNIKASI BUDAYA GAYA HIDUP URBAN KEDAI KOPI

Veny Purba ¹, Rodhiyat Fajar Salim ², Septian ³
^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Langlangbuana
¹purba.veny311@gmail.com

Kata kunci :

Komunikasi,
Semiotika, Visual,
Gaya Hidup Urban

Abstrak

Salah satu aspek yang menarik untuk diteliti dalam komunikasi budaya adalah gaya hidup urban di kedai kopi. Dalam konteks perkotaan modern, kedai kopi telah menjadi tempat yang populer untuk bertemu, berinteraksi, dan mengungkapkan identitas budaya. Gaya hidup urban di kedai kopi mencerminkan sejumlah tren sosial, budaya, dan ekonomi yang terjadi dalam masyarakat perkotaan. Kedai kopi modern sering kali menawarkan lebih dari sekadar minuman kopi, tetapi juga menyajikan lingkungan yang nyaman, desain interior yang menarik, dan atmosfer yang khas. Selain itu, kedai kopi juga menjadi tempat untuk berbagi informasi, gagasan, dan pengalaman dengan orang lain. Penelitian ini, menggunakan pendekatan semiotika untuk mengungkapkan dan menganalisis berbagai tanda-tanda dan makna yang terlibat dalam gaya hidup urban di kedai kopi. Penelitian ini akan mempelajari simbol-simbol yang digunakan dalam desain interior, serta perilaku dan interaksi pelanggan di kedai kopi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kedai kopi tidak hanya sebagai ruang public semata. Ia merupakan sebuah ruang komunikasi yang kompleks. Desain visual, konsep arsitektur, dan pengalaman pengunjung menjadi elemen-elemen penting yang berkontribusi pada komunikasi yang terjadi di dalamnya. Bahasa visual yang digunakan oleh kedai untuk berkomunikasi dengan pengunjungnya, serta bagaimana pengunjung merespons dan berpartisipasi dalam atmosfer yang diciptakan oleh Arah Coffee Pasundan dan Ruangduduk.co menjadi temuan dari penelitian ini.

Keywords :

Communication,
Semiotics, Urban
Lifestyle

Abstract

One interesting aspect to research in cultural communication is the urban lifestyle in coffee shops. In the modern urban context, coffee shops have become popular places to meet, interact and express cultural identity. The urban coffee shop lifestyle reflects a number of social, cultural and economic trends occurring in urban society. Modern coffee shops often offer more than just coffee drinks, but also feature a comfortable environment, attractive interior design, and a distinctive atmosphere. Apart from that, coffee shops are also a place to share information, ideas and experiences with other people. This research uses a semiotic approach to reveal and analyze the various signs and meanings involved in the urban lifestyle in coffee shops. This research will study the symbols used in interior design, as well as customer behavior and interactions in coffee shops. The results of this research found that coffee shops are not only public spaces. It is a complex communication space. Visual design, architectural concepts, and visitor experience are important elements that contribute to the communication that occurs there. The visual language used by the shop to communicate with its visitors, as well as how visitors respond and

participate in the atmosphere created by Arah Coffee Pasundan and Ruangdunia.co are the findings of this research.

PENDAHULUAN

Gaya hidup urban di kedai kopi mencerminkan sejumlah tren sosial, budaya, dan ekonomi yang terjadi dalam masyarakat perkotaan. Kedai kopi modern telah mengalami perubahan signifikan dalam hal peran dan fungsi mereka. Mereka tidak lagi hanya menjadi tempat untuk meminum kopi, tetapi juga menjadi pusat komunikasi dan interaksi sosial yang penting. Sebagai tempat pertemuan yang populer, kedai kopi menawarkan lingkungan yang nyaman dan desain interior yang menarik, menciptakan atmosfer yang khas bagi pengunjungnya. Dalam konteks ini, komunikasi budaya di kedai kopi melibatkan pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman antara individu-individu dengan latar belakang budaya yang beragam.

Penelitian yang dilakukan oleh Smith (2018) menyebutkan bahwa kedai kopi telah menjadi tempat pertemuan yang vital dalam masyarakat perkotaan. Pengunjung kedai kopi menggunakan ruang tersebut untuk berinteraksi sosial, menjalin hubungan, dan membangun jaringan. Smith juga mencatat bahwa kedai kopi memainkan peran penting

dalam menggabungkan aspek-aspek budaya yang beragam, termasuk identitas etnis, gaya hidup, dan preferensi konsumen. Dalam gaya hidup urban yang sibuk, kedai kopi menjadi tempat yang memungkinkan orang untuk menghabiskan waktu santai, bekerja, atau sekadar bersantai sambil menikmati kopi.

Selain itu, komunikasi budaya di kedai kopi juga melibatkan penggunaan simbol-simbol dan tanda-tanda yang mencerminkan identitas budaya tertentu. Desain interior, logo, nama merek, dan bahkan menu yang ditawarkan oleh kedai kopi semuanya memiliki makna simbolis yang dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi pelanggan. Salah satunya dikemukakan oleh Van Zoest (1993: 131) bahwa rangsang bagi interaksi sosial ialah semiosis, yaitu pemberian dan penginterpretasian tanda-tanda. Untuk mengadakan kontak atau hubungan antar manusia, haruslah ada produksi dan penerima tanda.

Interaksi social yang terjadi di sebuah kedai kopi tak lepas dari peran tanda itu sendiri. tiap individu akan memberikan tanda masing-masing terhadap lawan

komunikasinya dan diinterpretasikan pula oleh penerima tanda. Namun interaksi tanda ini pun juga terjadi pada ruang dimana interaksi social terjadi. Ketika interaksi terjadi di kedai kopi, kedai kopi itu sendiri pun memberikan tanda pada para individu yang berada di kedai kopi tersebut dan pada akhirnya interaksi yang terjadi pada individu merupakan hasil interpretasi individu terhadap tanda pada ruang yang diterjemahkan dalam bentuk interaksi itu sendiri. Inilah yang menjadi sebuah analisis simbolik dalam pemaknaan tanda dalam komunikasi.

Dalam konteks semiotika komunikasi budaya, analisis simbolik ini akan membantu kita memahami bagaimana gaya hidup urban di kedai kopi dipengaruhi oleh tanda-tanda yang ada di sekitarnya. Melalui pendekatan semiotika, penelitian ini akan mengungkap dan menganalisis berbagai tanda-tanda dan makna yang terlibat dalam gaya hidup urban di kedai kopi, termasuk simbol-simbol dalam desain interior, logo, nama merek, dan perilaku komunikatif antara pelanggan dan barista.

Dengan demikian, penelitian tentang semiotika komunikasi budaya dalam konteks gaya hidup urban di kedai kopi akan memberikan wawasan yang lebih

dalam tentang peran kedai kopi sebagai pusat komunikasi, pertukaran budaya, dan identitas dalam masyarakat perkotaan yang semakin maju dan beragam. Penelitian ini akan membawa kita lebih dekat untuk memahami bagaimana komunikasi budaya, melalui semiotika, terkait dengan gaya hidup urban di kedai kopi. Diharapkan temuan dari penelitian ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam industri kedai kopi dan memperkaya pemahaman kita tentang komunikasi budaya dalam konteks perkotaan modern.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang semiotika komunikasi budaya dalam konteks gaya hidup urban di kedai kopi telah menjadi topik yang menarik bagi para peneliti dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa studi telah dilakukan untuk menganalisis tanda-tanda dan makna yang terlibat dalam gaya hidup urban di kedai kopi. Dalam tinjauan pustaka ini, beberapa penelitian terkait akan dijelaskan dengan mengutip referensi yang relevan. Studi yang dilakukan oleh Choi (2021) berfokus pada analisis semiotika dalam desain kedai kopi. Penelitian ini mengungkapkan bahwa desain interior, logo, dan tata letak dalam kedai kopi

memiliki makna simbolis yang mempengaruhi persepsi dan interaksi pelanggan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana simbol-simbol dalam desain kedai kopi dapat mempengaruhi gaya hidup urban di tempat tersebut.

Studi oleh Smith (2018) meneliti peran kedai kopi dalam komunitas perkotaan. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kedai kopi bukan hanya tempat untuk meminum kopi, tetapi juga menjadi pusat komunikasi dan pertukaran budaya. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kedai kopi mempengaruhi gaya hidup urban dan memainkan peran penting dalam membangun jaringan sosial di masyarakat perkotaan.

Buku oleh Martin dan Ringham (2006) memberikan pengantar yang komprehensif tentang konsep-konsep kunci dalam semiotika. Dalam konteks penelitian ini, buku ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memahami dasar-dasar semiotika dalam menganalisis tanda-tanda dan makna dalam gaya hidup urban di kedai kopi.

Tinjauan pustaka ini menggarisbawahi bahwa studi tentang semiotika komunikasi budaya dalam gaya hidup urban di kedai kopi telah menjadi subjek penelitian yang menarik. Penelitian

sebelumnya telah mengungkapkan pentingnya analisis semiotika dalam memahami simbol-simbol dan tanda-tanda yang terlibat dalam gaya hidup urban di kedai kopi. Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya, penelitian ini dapat memperluas pemahaman kita tentang dinamika komunikasi budaya di dalam konteks kedai kopi perkotaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika untuk memahami dan menganalisis tanda-tanda dan makna dalam gaya hidup urban di kedai kopi.

Menurut Deddy Mulyana yang dikutip dari bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif yaitu: "Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya." (Mulyana, 2016:150).

Metode ini akan melibatkan langkah-langkah berikut:

Pengumpulan Data: Data akan dikumpulkan melalui observasi partisipatif di berbagai kedai kopi perkotaan. Observasi akan dilakukan secara langsung di lingkungan kedai kopi

untuk mengamati simbol-simbol, tanda-tanda, dan perilaku komunikatif yang terjadi antara pelanggan dan barista. Selain itu, data juga dapat dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik kedai kopi, barista, dan pelanggan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan simbol-simbol dalam kedai kopi.

Analisis Semiotika: Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika. Analisis ini akan melibatkan identifikasi simbol-simbol yang terdapat dalam desain interior, logo, nama merek, produk, dan perilaku komunikatif di kedai kopi. Selanjutnya, simbol-simbol tersebut akan dianalisis untuk mengungkapkan makna-makna yang terkait dengan gaya hidup urban di kedai kopi. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan semiotika untuk menganalisis berbagai tanda-tanda dan makna yang terkandung dalam gaya hidup urban di kedai kopi. Pendekatan ini akan memungkinkan kita untuk menjelajahi simbol-simbol yang muncul dalam desain interior, logo, nama merek, produk, serta perilaku pelanggan dan barista.

Interpretasi dan Temuan: Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang komunikasi budaya dalam gaya hidup

urban di kedai kopi. Temuan penelitian akan dijelaskan dan dianalisis untuk mengungkapkan pola-pola, tema-tema, dan makna-makna yang muncul dalam gaya hidup urban di kedai kopi.

Validitas dan Keandalan: Validitas penelitian akan diperhatikan melalui triangulasi data, yaitu dengan menggabungkan data dari berbagai sumber, seperti observasi, wawancara, dan literatur terkait. Keandalan penelitian akan diperhatikan melalui transparansi dalam proses analisis dan interpretasi data, serta melalui keterlibatan peneliti sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

PEMBAHASAN

Peneliti menemukan fakta terkait hasil observasi dalam penelitian ini, dimana kedai kopi memiliki pemaknaan budaya terhadap gaya hidup yang erat kaitannya dengan bagaimana makna yang muncul dalam ruang di kedai kopi dan aktivitas pelanggan didalamnya.

Arah Coffee Pasundan Jl. Sukajadi no. 204, Bandung

Analisis Pengunjung

Arah Coffee Pasundan Bandung merupakan sebuah kedai kopi yang sedang menjadi hits di Bandung saat ini. Arah Coffee Pasundan menempati ruang di jalan Sukajadi No. 204 Bandung yang

merupakan salah satu jalan yang cukup ramai karena merupakan akses destinasi liburan di daerah Bandung Barat. Pengunjung yang datang masih didominasi oleh kalangan anak muda, apakah itu yang sedang bersantai dengan kelompoknya, bersama pasangan atau mengerjakan tugasnya.



Gambar 1. Pengunjung Arah Coffee
Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Akhir pekan biasanya menjadi puncak pengunjung yang datang ke kedai kopi Arah. Kegiatan para pengunjung sangat beragam mulai dari yang bersenda gurau dengan kelompoknya, membuka computer jnjing hingga salah satu aktifitas yang cukup banyak dilakukan adalah berswafoto dengan interior di kedai kopi Arah.

Analisis Desain Visual

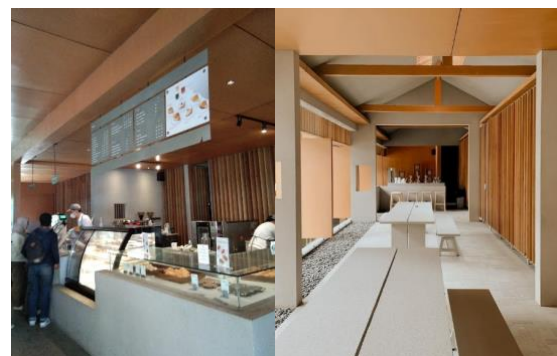
Desain visual yang mencari ciri khas dari kedai kopi Arah sendiri adalah minimalis dengan menonjolkan unsur kayu di dalamnya. Kedai kopi ini di desain oleh seorang arsitek terkemuka di Indonesia yaitu Andra Matin. Mengusung tema Jepang modern yang menonjolkan unsur

kayu serta semi-industrial dimana finishing dari beberapa sudut dibuat menonjolkan warna abu-abu semen. Batas antara ruang pun di buat terbuka sehingga udara bisa mengalir dengan leluasa dan ruang menjadi terkesan lapang.



Gambar 2. Ruang terbuka Arah Coffee
Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Salah satu hal yang cukup menarik dari kedai kopi ini adalah adanya dua bar yang mempunyai fungsi berbeda dalam satu kedai kopi. Bar yang pertama merupakan fast bar atau tempat pengunjung memesan minuman dan makanan dan langsung membayar ditempat. Konsep bar ini biasanya banyak diterapkan di kedai-kedai kopi fast moving.



Gambar 3. Bar Arah Coffee

Sumber : Dokumentasi pribadi dan Instagram @acaffeinman

Bar yang kedua berada di sisi luar dari area tempat duduk merupakan slow bar. Bar jenis ini biasanya tempat barista meracik kopi secara manual. Tempat duduk dengan meja Panjang menjadi ciri khas dari slow bar ini. Tempat duduk dengan meja Panjang menjadi sebuah ciri dimana lokasi ini akan menjadi tempat bagi kelompok pengunjung yang datang dengan jumlah yang cukup banyak dan ingin mendapatkan sedikit privasi meskipun berada di tempat yang sama

Ruangduduk.Co Jl. Wayang No.2, Burangrang, Kec. Lengkong Bandung

Analisis Pengunjung

Ruangduduk.co merupakan sebuah kedai kopi yang terletak di jalan Wayang Bandung yang dekat dengan pusat kota. Kedai kopi ini mengusung tema co-working space dimana target pasar dari ruangduduk.co sendiri adalah mahasiswa/pelajar dan pekerja. Salah satu hal yang cukup mendominasi peruntukan ruang duduk sebagai ruang kerja bersama adalah para pengunjung yang datang hampir semuanya mengerjakan berbagai macam hal melalui computer jinjing di mejanya.

Gambar 4. Pengunjung ruangduduk.co



Sumber : Dokumentasi pribadi

Pengunjung yang datang pun pada akhirnya tidak terpatok pada awal atau akhir minggu seperti kebanyakan kedai kopi pada umumnya, pengunjung ruangduduk.co lebih banyak datang pada waktu sore dan malam selepas kerja maupun kuliah. Interaksi antar pengunjung pun sangat terbatas biasanya pengunjung hanya mengobrol dengan kelompoknya saja itu pun dengan volume yang tidak terlalu besar karena akan mengganggu pengunjung lain yang sedang bekerja.

Analisis Desain Visual

Desain visual yang menjadi ciri khas dari ruangduduk.co ini adalah desain ruang kerja dimana salah satu ciri khasnya adalah terminal listrik yang terpasang di setiap meja. Meja pun di buat cukup besar sehingga bisa menyimpan computer jinjing dengan leluasa. Pencahayaan dibuat cukup terang dengan menggunakan warna putih sebagai warnanya. Penempatan lampu pun berada di atas sehingga menerangi computer jinjing pengunjung bahkan di

salah satu meja Panjang, penempatan lampu cukup dekat yang membuat mata tidak mudah Lelah. Tidak ada aksesoris interior yang terpajang di dalam ruangduduk.co seperti halnya ruang kerja didalam sebuah Perusahaan. Penempatan bar pun berada di depan setelah pintu masuk sehingga pengunjung secara otomatis akan memesan terlebih dahulu sebelum



duduk atau mencari bangku kosong. Ruangduduk.co hanya memiliki ruang terbuka didepan pintu masuknya yang terdiri dari meja-meja kecil dan biasanya digunakan untuk pengunjung yang merokok karena ruang didalam bebas rokok.

Gambar 5. Meja ruangduduk.co
Sumber : Dokumentasi pribadi
Analisis Semiotika Komunikasi dalam
Desain Visual

a. Penggunaan Kayu sebagai Simbol Kehangatan dan Tradisi:

Desain dengan unsur kayu di Arah Coffee Pasundan bukan hanya sekadar estetika, tetapi juga memiliki makna simbolis. Fasad Arah Coffee disini didominasi oleh kayu dan warna coklat, putih dan abu. Kayu sering kali diasosiasikan dengan

kehangatan dan tradisi, menciptakan suasana yang ramah dan mengundang dengan warna coklat yang melambangkan keamanan, teduh, elegan dan stabilitas (Gulo, 2019). Warna Putih melambangkan

kesederhanaan,kerendahan hati, terang, cinta, persahabatan (Malkin, 1982)

b. Warna Putih sebagai Simbol Kebersihan dan Keteraturan:

Penggunaan warna putih pada ruangduduk.co mencerminkan kebersihan dan keteraturan, memberikan kesan bahwa tempat ini dirancang untuk mendukung pekerjaan yang efisien dan berkualitas.

c. Tidak Ada Aksesoris Interior sebagai Simbol Keseriusan:

Kehadiran aksesoris interior yang minim di ruangduduk.co menandakan keseriusan dan fokus pada pekerjaan, membedakan Ruangduduk.co dari kedai kopi pada umumnya.

d. Fast Bar dan Slow Bar:

Dua jenis bar di Arah Coffee Pasundan, yakni fast bar dan slow bar, mewakili dua pengalaman berbeda. Fast bar menggambarkan kecepatan layanan, sementara slow bar menciptakan pengalaman yang lebih personal dengan barista yang meracik kopi secara manual.

e. Meja Panjang di Slow Bar:

Meja Panjang di area slow bar Arah Coffee menonjolkan konsep kebersamaan dan privasi sekaligus. Ini memberikan ruang bagi kelompok pengunjung yang ingin tetap bersama-sama sambil menikmati kopi dengan sedikit privasi.

f. Penempatan Bar dan Ruang Terbuka sebagai Panduan Interaksi:

Penempatan bar di depan dan ruang terbuka di depan pintu masuk ruangduduk.co menciptakan panduan alur interaksi, memastikan pengunjung memesan terlebih dahulu sebelum menetap dan memberikan pilihan bagi pengunjung yang merokok.

Analisis Komunikasi Urban

a. Puncak Pengunjung pada Akhir Pekan: Observasi menunjukkan bahwa akhir pekan menjadi puncak kunjungan ke Arah Coffee Pasundan. Fenomena ini mencerminkan pola perilaku sosial, di mana masyarakat mencari tempat untuk bersosialisasi dan bersantai pada hari libur. Hal ini mencerminkan aktivitas pilihan dimana individu akan melakukan kegiatan social dalam waktu yang tepat atau ketika ada kesempatan (Gehl, 1987)

b. Swafoto sebagai Aktivitas Komunikatif:

Aktivitas berswafoto dengan interior kedai di Arah Coffee menjadi salah satu

tren yang signifikan. Hal ini mencerminkan keinginan pengunjung untuk berkomunikasi visual melalui media sosial, membangun citra personal, dan berbagi pengalaman dengan teman-teman mereka. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation) (Nasrulloh, 2015)

c. Terminal Listrik sebagai Simbol Fasilitas Kerja:

Terminal listrik di setiap meja di ruangduduk.co berfungsi sebagai simbol fasilitas kerja yang memudahkan penggunaan perangkat elektronik, menandakan bahwa Ruangduduk.co adalah tempat yang mendukung produktivitas.

SIMPULAN

Arah Coffee Pasundan Bandung tidak hanya sekadar sebuah kedai kopi; ia merupakan sebuah ruang komunikasi yang kompleks. Desain visual, konsep arsitektur, dan pengalaman pengunjung menjadi elemen-elemen penting yang

berkontribusi pada komunikasi yang terjadi di dalamnya. Analisis semiotika komunikasi membantu kita memahami bahasa visual yang digunakan oleh kedai ini untuk berkomunikasi dengan pengunjungnya, serta bagaimana pengunjung merespons dan berpartisipasi dalam atmosfer yang diciptakan oleh Arah Coffee Pasundan. Ruangduduk.co dijelaskan sebagai ruang kerja bersama yang didesain dengan fokus pada kenyamanan dan efisiensi. Melalui analisis semiotika komunikasi, kita dapat memahami bahasa visual yang digunakan dalam desain dan pengaturan ruang, serta bagaimana elemen-elemen tersebut berkomunikasi dengan pengunjung, menciptakan suasana yang mendukung produktivitas dan interaksi yang terkendali.

DAFTAR PUSTAKA

- Choi, J. (2021). Symbolic Meanings in Coffee Shop Design: A Semiotic Analysis. *Journal of Visual Culture & Communication*, 14(2), 179-196.
- Gehl, J. (1987). *Life Between Buildings: Using Public Space*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gulo, W. S. (2019). Perancangan Gedung Pusat Wushu di Kota Medan Dengan Pendekatan Feng Shui Dalam Arsitektur. *Pancabudi Journal*, 1(1), 400.
- <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/fastek/article/view/2218>
- Malkin, Jain. (1982), *The Design of Medical and Dental Facilities*, Van Nostrand Reinhold, 1982
- Martin, J., & Ringham, F. (2006). *Key Terms in Semiotics*. A&C Black.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Smith, A. (2018). The Role of Coffee Shops in Urban Communities: Examining the Social Dynamics and Impacts. *Journal of Urban Design and Planning*, 21(3), 345-362.
- Zoest, A V. (1993). *Semiotika, Tentang Tanda, Cara Kerjanya, dan Apa yang Kita Lakukan dengannya*. : Jakarta: Yayasan Sumber Agung