

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**MOTIF PENGUNJUNG DI DHAPU KOFFIE
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



DESI PILARWATI

NPM : 169110077
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desi Pilarwati
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Desember 1996
NPM : 169110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas
Alamat/No.Tlp : Jl. Kaharudin Nasution
Judul Skripsi : Motif Pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apa bila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

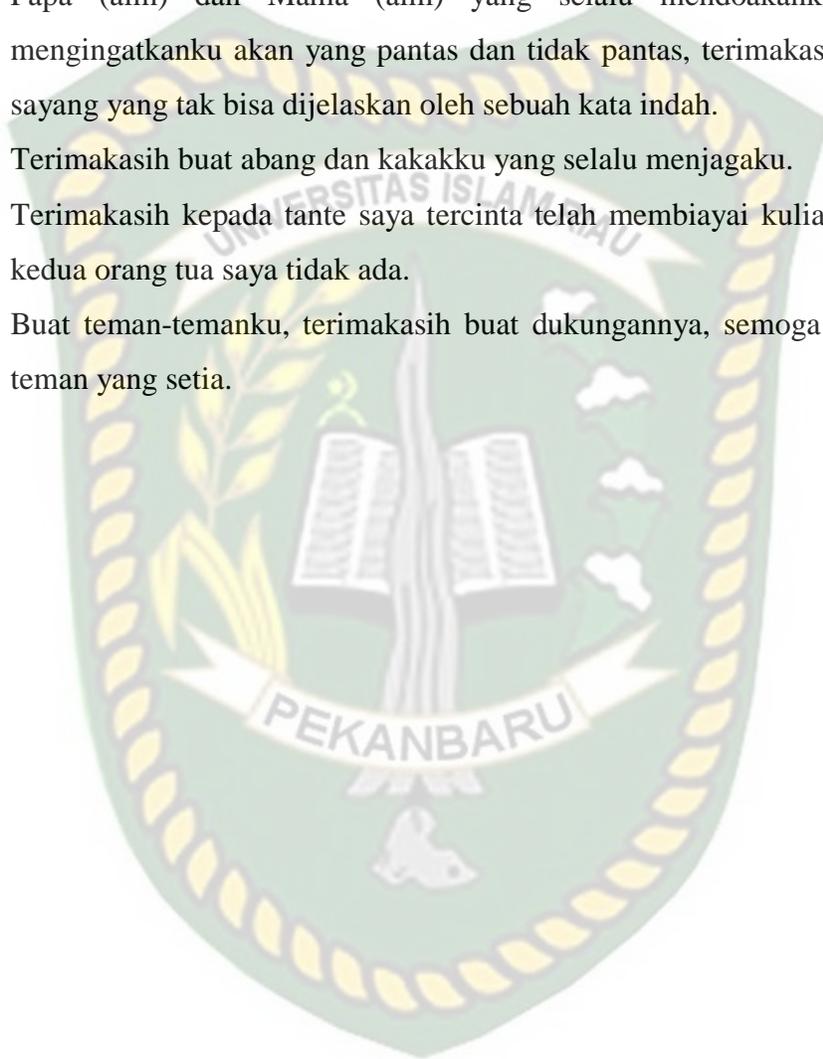
Pekanbaru, 21 Januari 2021
Yang Menyatakan,

Desi Pilarwati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya tulis ini kepada :

- ❖ Papa (alm) dan Mama (alm) yang selalu mendoakanku dan selalu mengingatkanku akan yang pantas dan tidak pantas, terimakasih untuk kasih sayang yang tak bisa dijelaskan oleh sebuah kata indah.
- ❖ Terimakasih buat abang dan kakakku yang selalu menjagaku.
- ❖ Terimakasih kepada tante saya tercinta telah membiayai kuliah saya setelah kedua orang tua saya tidak ada.
- ❖ Buat teman-temanku, terimakasih buat dukungannya, semoga tetap menjadi teman yang setia.



MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al –Insyirah, 6-8)

Keberhasilan

Bukanlah Milik Orang Pintar Namun,
Keberhasilan Itu Milik Mereka Yang Senantiasa Berusaha

~ BJ Habibie ~

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat serta kasih karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Seperti kurangnya pengetahuan dan pemahaman peneliti. Namun, hambatan tersebut dapat teratasi berkat karunia Tuhan dan orang-orang sekitar peneliti yang turut memberikan dukungan dan saran.

Dengan Karunia Tuhan Yang Maha Esa maka selesailah skripsi yang peneliti buat dengan judul “**Motif Pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru**”. Skripsi ini merupakan implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah didapat semasa perkuliahan dan sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (SI) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Riau (UIR).

Peneliti tidak dapat mengatakan bahwa skripsi ini sudah sempurna, karena peneliti menyadari bahwa kesempurnaan itu hanya milik-NYA. Dalam skripsi ini, peneliti telah berusaha maksimal untuk mendapat hasil yang baik namun peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang dimiliki. Untuk itu, peneliti akan menerima segala penyampaian dan penjabaran.

Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkat bantuan dukungan dan saran

mereka peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti aturkan ribuan terimakasih kepada:

1. Dr. Abdul Aziz, S.Sos.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Al Sukri, M.I.Kom selaku dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan motivasi, ide maupun pikiran dan saran yang membangun serta menyediakan waktu selama bimbingan kepada peneliti dalam penulisan skripsi.
4. Seluruh tim pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal yang berupa ilmu pengetahuan pada masa perkuliahan.
5. Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala kepentingan
6. Teristimewa untuk kedua Orang tua Ayahnda Muhardani Asmawi (alm) dan Ibunda tercinta Sri Susilawati (alm). Terimakasih atas segala doa, dukungan dan semangat yang tiada henti kalian berikan selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan ViviNovita Sari, S.I.Kom, Resa Prima Rendri, S.I.Kom, Adestia Ridha Hayati, S.I.Kom, Erdin Pramudya Juliantara, S.I.Kom dan teman-teman di kelas B Humas serta seluruh mahasiswa/i angkatan 2016. Terimakasih untuk pengalaman selama empat tahun ini, semoga ilmu yang kita dapatkan dibangku perkuliahan ini berkah dan bermanfaat. Amin.

8. Terimakasih teruntuk sahabat sejati saya Ega Mulia Nesa yang selalu menyemangati saya ketika saya lelah.
9. Terakhir terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, tanpa kalian semua saya tidak bisa sampai dititik ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas segala bantuan dan dukungan kepada peneliti.
10. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keksalahan dalam proposal ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan untuk dapat memperbaiki penulisan ini. Demikian yang dapat peneliti sampaikan.

Pekanbaru, 21 Januari 2021

Peneliti

DesiPilarwati
169110077

DAFTAR ISI

<i>Cover</i>	
Persetujuan Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Surat Pernyataan	
Halaman Persembahan	ii
Halaman Motto	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Abstrak.....	xi
Abstract.....	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Literatur	11
1. Komunikasi	11
2. Filsafat Fenomenologi	13
3. Pengertian Fenomena	19
4. Fenomenologi	21
5. Proses Pemahaman Terhadap Tindakan	23
6. Jenis-Jenis Fenomenologi	25
7. Prinsip Dasar Fenomenologi	26
8. Ciri Pokok Fenomenologi	26
9. Kelebihan dan Kekurangan Fenomenologi	27
10. Pengunjung	29
11. Mahasiswa	29

B.	Definisi Operasional	30
C.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	31

BAB III: METODE PENELITIAN..... 35

A.	Pendekatan Penelitian	35
B.	Subjek dan Objek Penelitian	36
C.	Lokasi dan waktu Penelitian	37
D.	Sumber Data	39
E.	Teknik Pengumpulan Data	40
F.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
G.	Teknik Analisis Data	44

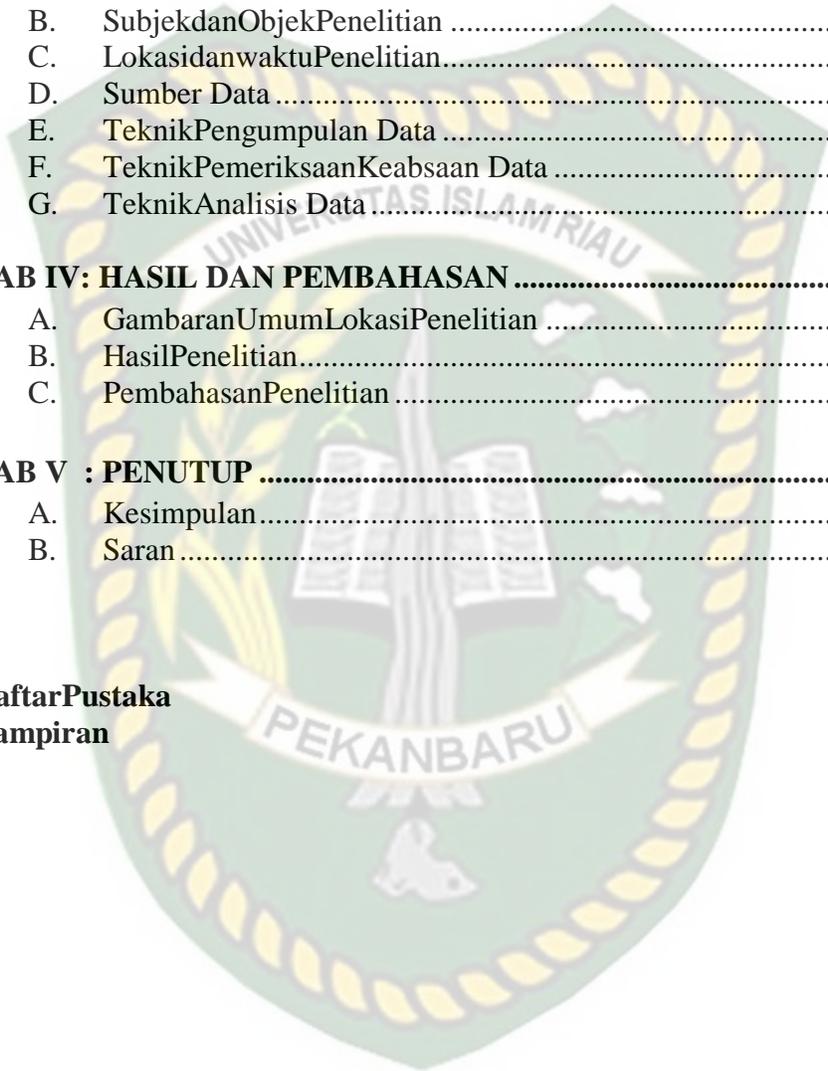
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN 47

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
B.	Hasil Penelitian	50
C.	Pembahasan Penelitian	66

BAB V : PENUTUP 74

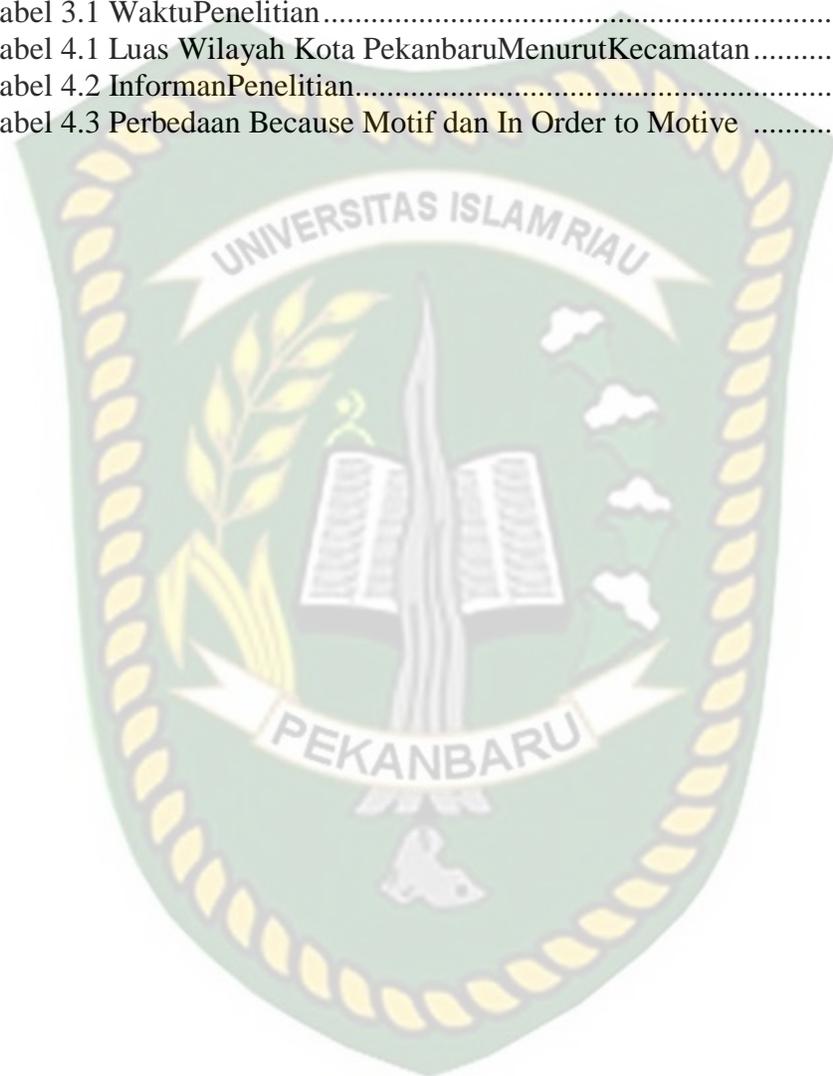
A.	Kesimpulan	74
B.	Saran	75

**Daftar Pustaka
Lampiran**



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Nama Café dan Tahun Berdiri	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	31
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	38
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Pekanbaru Menurut Kecamatan	48
Tabel 4.2 Informan Penelitian	50
Tabel 4.3 Perbedaan Because Motif dan In Order to Motive	73



DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN

Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif 45

Lampiran:

SK Pembimbing
Kartu Bimbingan
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 2 Dokumentasi
Lampiran 3 Biodata penulis



Abstrak

Motif Pengunjung Di Dhapu Koffie Pekanbaru

Desi Pilarwati

169110077

Peneliti tertarik meneliti ini karena Dhapu Koffie sebagai pioneer pertama dengan konsep modern. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui motif pengunjung di Dhapu Koffie. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi yang diperkenalkan oleh Alfred Schutz yaitu *because motive* dan *in order to motive*, karena suatu tindakan yang dilakukan pasti mempunyai alasan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data menurut jenis dan sumbernya berupa data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi yang dilakukan untuk menganalisa data secara kualitatif dan penarikan kesimpulan penelitian dan pemilihan informan menggunakan teknik Purposive Sampling. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dapat di kategorikan yang menjadi *because motive* nyayaitu a) di ajak teman-teman, b) bosan, c) dekat lokasi. Yang menjadi *in order to motive* nyayaitu a) Motif social seperti mencari kenalan baru, b) Membuat tugas, c) Mencicipi makanan dan minuman, d) Fasilitas, e) berkumpul bersama teman-teman, f) harga murah, g) Tempat bagus dan nyaman, h) Hiburan, i) Pelayanan. Dari sekian banyak motif informan dominannya adalah pada motif social yaitu berkumpul bersama teman-teman. Terdapat perbedaan *because motive* dan *in order to motive* pria dan wanita. *Because motive* wanita lebih dominan ketempat yang nyaman dan bagus untuk berkumpul bersama teman-teman. *In order to motive* wanita itu lebih dominan kemencicipi makanan, yaitu makanan khas Aceh yaitu Mie Aceh. *Because motive* pria lebih dominan keberkumpul bersama teman-teman. *In order to motive* itu lebih dominan menikmati *wifi* untuk bermain *game*.

Keyword: *Because Motif, In order to Motive, Pengunjung*

Abstract
The Motives of Visitors in DhapuKoffiePekanbaru

DesiPilarwati
169110077

Researchers are interested in researching this because Dhapu Koffie is the first pioneer of modern concepts. This research was conducted to determine the motives of visitors at Dhapu Koffie. This study uses the phenomenological theory introduced by Alfred Schutz, namely because motive and in order to motive, because an action taken must have certain reasons. This study used qualitative research methods. Data by type and source are primary data and secondary data with data collection techniques through interviews and documentation. This study used triangulation data validity techniques to analyze the data qualitatively and draw conclusions and select informants using purposive sampling technique. The results of the study can be concluded that it can be categorized as being because the motive is a) invited by friends, b) bored, c) near the location. What becomes in order to the motive are a) Social motives such as making new acquaintances, b) Making assignments, c) Tasting food and drinks, d) Facilities, e gathering with friends, f) low prices, g) Nice and comfortable place , h) Entertainment, i) Services. Of the many informants' motives, the dominant one is social motive, namely gathering with friends. There are differences because motive and in order to motive men and women. Because women's motives are more dominant in a comfortable and good place to hang out with friends. In order to motive the woman is more dominant in tasting food, namely Acehnese specialties, namely Mie Aceh. Because male motives are more dominant in gathering with friends. In order to motive, it is more dominant to enjoy wifi to play games.

Keyword: *Because Motif, In order to Motive, Visitors*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Kebiasaan minum kopi tak hanya dilakukan dirumah saja, namun kerap bergeser ketempat lain seperti warung kopi bahkan ke gerai-gerai kopi modern. Bahkan, kegiatan menyedap secangkir kopi dikedai kopi langganan kini sedang menjadi tren. Pertumbuhan gerai-gerai kopi modern melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah. Dikutip dari *financial times* 8 Mei 2018, jumlah kedai kopi artisan dan gerai kopi di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam 5 tahun terakhir.

Bukan tanpa alasan, peningkatan jumlah kedai kopi ini diiringi dengan adanya pergeseran budaya dalam mengonsumsi kopi. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa kedai kopi modern hanya tren semata, nyatanya ngopi di kedai kopi dan gerai kopi tersebut malah menjadi kebiasaan baru di zaman yang serba modern ini. Menjamurnya kedai kopi ini jelas bukan tren semata, tetapi menjadi tanda adanya pergeseran gaya hidup dalam menikmati kopi, “Terang Arief Said” pemilik Gordi Indonesia kepada kumparan food beberapa waktu lalu. Lebih lanjut, beliau juga menambahkan bahwa pergeseran budaya ini merupakan hal yang wajar. “saat sudah meminum kopi, orang akan selalu mencari sesuatu yang lebih baik, baik berupa rasa, kredibilitas sosial, termasuk *life style* mereka, salah satunya adalah kedai kopi”. Coba saja kita lihat dari perkembangan dari

fenomena yang cukup menarik ini. Dulu minum kopi dilakukan secara sederhana, hanya dengan menyeduh kopi bubuk dengan air panas saja. Lalu muncul kebiasaan menikmati kopi sambil bercengkrama bersama kawan di warung kopi, dan kini kebiasaan tersebut telah naik tingkat, dengan menyedap sajian kopi yang di racik oleh barista di kedai kopi modern.

Kedai kopi modern sendiri dinilai di memiliki suasana tersendiri yang mampu membuat pembelinya merasa nyaman di rumah kedua. Bahkan, tak jarang banyak yang berkunjung di kedai kopi modern untuk menyelesaikan pekerjaan tugas-tugas atau yang lainnya karena kedai kopi dirasa mampu meningkatkan produktifitas.¹

Sejatinnya, masyarakat Indonesia tidak mengenal tanaman kopi. Bahkan, budaya minum kopi dapat dikatakan ada sebagai akibat dari dibawanya tanaman kopi oleh pemerintah kolonial Belanda ke Nusantara. Pada akhir abad ke-16, pemerintah kolonial Belanda dengan perusahaan dagangannya, yaitu VOC (Vereenigde Oostindische Compagnie) membawa tanaman kopi dari Eropa ke Nusantara sebagai komoditas dagang mereka. Mengingat pada masa itu, posisi rempah-rempah sebagai komoditas utama mulai di geser oleh komoniditas lainnya salah satunya adalah tanaman kopi.

Kedai kopi pertama di dunia yang tercatat diketahui muncul pada tahun 1475. Kedai kopi ini bernama kiva Han dan berada di Kota Konstantinopel

¹<https://kumparan.com/kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia>. Di akses pada 23 September 2020

(sekarang Istanbul) Turki. Kedai kopi ini diketahui menjadi *coffe shop* pertama yang buka dan melayani pengunjungnya dengan kopi khas Turki. Ide untuk menambahkan cita rasa kopi dengan cream dan pemanis, menjadi trend di Eropa sekitar tahun 1529, setelah kedai kopi pertama didirikan di Eropa. Vienna pernah diinvasi oleh pasukan Turki, yang meninggalkan berkarung-karung kopi ketika mereka kalah dan kemudian melarikan diri dari kota itu.

Franz Georg Kolschitzky mengklaim kopi tersebut sebagai rampasan perang, dan membuka sebuah kedai kopi. Sebenarnya, dia pernah tinggal di Turki dan satu-satunya orang yang menyadari nilai sesungguhnya dari biji-bijian ini. Dia memperkenalkan ide untuk menyaring kopi, sebagaimana memperhalus cita rasa minuman kopi dengan susu dan gula. Minuman ini dengan cepat menjadi *hit*, dan ketika kedai kopi juga mulai menjual kue-kue manis dan penganan yang lain, popularitas meledak.²

Kota Pekanbaru merupakan daerah strategis dimana penduduknya yang semakin meningkat dan menjadi kota metropolitan. Perkembangan kota Pekanbaru yang pesat juga tercermin dari pesat pertumbuhan bisnis yang ada diberbagai tempat dengan bermacam-macam produknya. Salah satu pertumbuhan bisnis yang sedang berkembang pesat di Pekanbaru ialah industri wisata kuliner dan kedai kopimodern, yang dimaksud dengan kopi modern adalah kedai kopi yang bukan hanya menyediakan minuman kopi O tetapi juga menyediakan

²<https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>. Di akses 15 September 2020

berbagai varian makanan dan juga dengan fasilitas yang modern seperti adanya *Wifi, live* musik dan yang lainnya.

Seiring berkembangnya jumlah kedai kopi modern di kota Pekanbaru tentu mengundang perhatian masyarakat, khususnya kalangan muda. Hal ini dikarenakan masyarakat saat ini cenderung memiliki gaya hidup yang berkatat pada urusan yang menunjukkan kelas sosial. Salah satu gaya hidup yang berkembang adalah gaya hidup meminum kopi di kedai kopi modern. Fenomena yang Nampak pada masyarakat muda saat ini adalah fenomena mengunjungi kedai kopi untuk nongkrong berjam-jam di kedai kopi. Dimana sangat sulit membedakan pengunjung mana yang berkunjung ke sebuah kedai kopi hanya untuk meminum kopi atau memiliki motif lain.

Di kota Pekanbaru sendiri, masyarakat disini juga memiliki kedekatan dengan budaya minum kopi. Serupa dengan apa yang terjadi dengan masyarakat Indonesia pada umumnya. Masyarakat Pekanbaru memiliki kebiasaan untuk duduk santai dan kenyamanan di kedai kopi untuk mengisi waktu luang. Di Kedai kopi, semua orang dari berbagai latar belakang dapat duduk bersama sembari membicarakan berbagai topik yang sedang hangat. Pada momen tersebut pengunjung di temani berbagai macam hidangan atau semacam kopi untuk menemani obrolan mereka. Pengunjung kedai kopi tidak hanya dari kalangan orang tua bahkan anak-anak muda juga sering mengunjungi kedai kopi tersebut untuk saling berinteraksi dengan sesama.

Adapun pertumbuhan kedai kopi modern di Pekanbaru dalam 5 tahun terakhir cukup meningkat. Melalui data yang penulis kumpulkan melalui observasi ada beberapa kedai kopi Aceh yang baru di buka di kota Pekanbaru di antaranya Wareh Kupie, Leng coffee, ER coffee. Berdasarkan hasil *prasurevei* peneliti menemukan bahwa Wareh Kupie dan ER Coffe lebih banyak pengunjung pekerja, sedangkan Leng Coffee pengunjung yang datang adalah lebih dominan pekerja tetapi ada beberapa komunitas juga.

Table 1.1
Nama Cafe dan Tahun Berdirinya

No	Nama Café	Tahun Berdiri
1.	Dhapu Koffie	1 Februari 2016
2.	ER Coffe	30 Februari 2016
3.	Leng Coffe	07 November 2017
4.	Wareh Kupie	01 Januari 2018

Kecenderungan orang, utamanya anak muda suka mengunjungi dan nongkrong lama di kedai kopi tidak terlepas dari konsep kedai kopi modern yang berhasil mengintegrasikan berbagai kebutuhan manusia dalam satu tempat. Hal ini membuat para pengunjung tidak segan menghabiskan 2-6 jam waktunya untuk nongkrong di kedai kopi. Beberapa anak muda mengatakan, nongkrong berlama-lama di kedai kopi karena beberapa faktor salah satunya untuk menghilangkan kejenuhan. Saat ini kedai kopi adalah salah satu tempat

pelampiasan anak muda untuk menghilangkan rasa bosan dan jenuh dengan hiruk pikuk lingkungan di sekitar. Ke 2, karena suasana kedai kopi yang menyenangkan. Faktor ke-3, karena kedai kopi modern indentik dengan nongkrong atau tempat berkumpul dengan para sahabat atau teman. Apabila sudah bertemu dan berkumpul dengan teman-teman, terkadang lupa dengan waktu.

Budaya minum kopi berkembang di Indonesia dan memunculkan banyak kedai kopi di Indonesia seperti Dhapu Koffie adalah sebuah kedai kopi yang memiliki konsep yang menyediakan menu seduhan kopi khas Indonesia. Dhapu Koffie di bangun dengan konsep modern dan menyediakan menu lokal atau tradisional khususnya menu khas Aceh.

Dhapu Koffie berdiri sejak tahun 2016 yang berlokasi di jalan Ronggowarsito merupakan suatu tempat yang dimana memiliki ciri khas Aceh. Kekhasan ini karena *chef* ataupun baristanya didatangkan langsung dari Aceh. Harga dari menu di Dhapu Koffie ini sangat terjangkau apalagi dikalangan mahasiswa. Pemilik Dhapu Koffie ini menghadirkan banyak menu asal Aceh ini selain peminatnya banyak dan filosofi nama cafe Dhapu ini merupakan pengucapan dari bahasa Aceh berarti dapur.

Dhapu Koffie ini pun juga memiliki beberapa varian kopi terbaru seperti kopi sanger, kopi kocok, kopi terbalek. Konsep yang digunakan Dhapu Koffie seperti konsep kopi modern dan memiliki tempat yang nyaman baik

indoor ataupun *outdoor*. Pengunjung di Dhapu Koffie lebih dominan ke anak-anak muda yang ingin menikmati suasana dan berkumpul bersama teman-teman.

Di Pekanbaru Dhapu koffie memiliki 2 cabang yaitu di jalan Ronggowarsito dan di jalan Sudirman. Hasil pra observasi yang membedakan Dhapu Koffie Ronggowarsito dan Sudirman ialah pengunjung di Dhapu Koffie Sudirman lebih dominan ke komunitas dan pekerja. Fenomena yang terjadi saat peneliti pra observasi ada beberapa pengunjung yang disana melakukan meeting dan anak komunitas ada juga yang kopsan dan kopdar disana. Pengunjung mahasiswa saat pra observasi mereka disana hanya sekedar untuk nongkrong dan minum saja bersama teman-temannya dan yang membedakan dengan Dhapu Koffie Ronggowarsito pengunjungnya dominan ke mahasiswa. Pengunjung Dhapu Koffie Ronggowarsito bukan hanya sekedar untuk menikmati kopi, tetapi mereka juga mempunyai motif lain. Pada saat pra observasi peneliti melihat beberapa pengunjung di Dhapu Koffie mereka ada yang datang dengan berkelompok dan ada yang sendiri. Selama pra observasi peneliti melihat pengunjung disana ada yang membawa buku, membawa laptop dan alat tulis lainnya, tetapi selama peneliti mengamati pengunjung tersebut mereka sedikitpun tidak ada yang menyentuh ataupun membuka bukunya yang ada mereka datang dan duduk lalu memesan makan dan minuman. Mereka pun mulai berbincang-bincang sambil bercanda-tawa. Sebagian pengunjung ada juga yang memanfaatkan *wifi* untuk bermain *game*, ada juga menikmati *live* musik. Salah satu dari pengunjung ada juga yang menyumbangkan suaranya untuk menghibur pengunjung lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada motif pengunjung karena peneliti ingin mengetahui tujuan pengunjung Dhapu Koffie tersebut yang dimana fenomena minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat.

Alasan peneliti mengambil Dhapu Koffie karena Dhapu Koffie sebagai pioner kedai kopi pertama dengan konsep modern dengan penataan ruangan yang memiliki banyak pilihan yaitu seperti ruangan *VIP Room*, *Smoking Area*, *Meeting Room* dan *out door area* juga di lengkapi dengan *Live* musik.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Motif Pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera di atas maka identifikasi masalahnya yaitu:

1. Kedai kopi Aceh tumbuh pesat di Pekanbaru.
2. Kedai kopi telah menjadi tempat nongkrong bagi mahasiswa.
3. *Customer* kedai kopi tidak hanya menikmati kopi tetapi juga mempunyai motif lain.

C. Fokus penelitian

Dari beberapa identifikasi masalah yang telah dipaparkan maka penulis hanya akan memfokuskan penelitian ini pada “Motif Pengunjung Di Dhapu Koffie”

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apa Motif Pengunjung di Dhapu Koffie.

E. Tujuan dan manfaat Penelitian.

1. Tujuan.

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus penelitian maka tujuan penelitian sebagai berikut : untuk mengetahui motif pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan berguna sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di ilmu komunikasi terutama mengenai motif pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat diharapkan untuk menunjang perkembangan Dhapu Koffie dalam meningkatkan pengunjung untuk kedepannya dan bagi yang ingin meneliti tentang motif pengunjung dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif tentang motif pengunjung.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian literatur

1. Komunikasi

Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin yaitu *comunicatio* dan bersumber dari bahasa *communis* yang berarti sama. Maksudnya sama di sini adalah sama makna. Pengertian dasar ini dikarenakan komunikasi itu bukan hanya bersifat informatif yakni agar orang lain paham, tetapi juga persuasif supaya orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain (Effendy, 2009:9).

Menurut Tamburaka (2012:7-8) mengatakan komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin "*communis*" atau dalam bahasa inggrisnya "*common*" berarti sama. Jadi, apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commonness*) dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi, pengertian komunikasi adalah sebagai proses "menghubungi" atau "mengadakan perhubungan".

Menurut Shanon Weaver dalam (Cangara 2014:20) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama yang lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak

terbatas pada komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Komunikasi adalah sesuatu yang sangat esensial baik bagi individu, relasi, kelompok, organisasi dan masyarakat, dia merupakan garis yang menghubungkan manusia dengan dunia, bagaimana manusia membuat kesan tentang kepada dunia. Sebab itu, jika manusia tidak berkomunikasi maka dia tidak dapat menciptakan dan memelihara relasi dengan semua kelompok, baik organisasi dan masyarakat. Komunikasi memungkinkan manusia mengkoordinasikan semua kebutuhannya dengan dan bersama orang lain (Liliwery, 2011:35).

Komunikasi adalah suatu hubungan yang melibatkan suatu proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari suatu pihak (orang dan benda / media) ke pihak lain. Tanpa adanya komunikasi, sejarah peradaban manusia tak akan dapat maju sebagaimana tak ada hubungan yang memungkinkan informasi/kesan dapat dibagi kepada orang lain yang membuat informasi/wawasan/pesan dapat tersampaikan. Sejak manusia hadir dalam kehidupan, sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, himbuan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah. Dengan itu pula, informasi atau pengetahuan yang ditemukan oleh seseorang atau kelompok manusia dapat diterima banyak orang dan pada akhirnya persepsi terhadap suatu hal tersebut membuat masyarakat memahaminya secara bersama-sama (Soyomukti, 2016:11).

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang tapi sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki satu sama lain, televisi, menyebar informasi, gaya rambut kita, kritik sastra dan masih banyak lagi (Fiske 2012:1).

Menurut Roger dan Kincaid dalam Cangara (2014:22) komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang ada pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian paling mendalam.

Oleh karena itu, jika kita berada dalam situasi berkomunikasi, kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan arti dalam simbol yang digunakan dalam berkomunikasi yang bertujuan untuk memberitahu ataupun mengubah sikap.

2. Filsafat Fenomenologi

Kata “fenomenologi” berasal dari bahasa Yunani “*phainomeno*”, yaitu sesuatu yang tampak, yang terlihat karena bercahaya, yang dalam bahasa Indonesia disebut “fenomena”; Inggris (*phenomenon*; jamak *phenomena*) dan *logos* (akal budi). Jadi fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan, yaitu penampakan tentang apa yang menampakkan diri ke pengalaman subjek.

Nampak jelas bahwa fenomena itu ada dua; fenomena fisik dan fenomena mental (psikis). Yang *pertama* merupakan objek persepsi, sedangkan yang *kedua* menjadi objek introspeksi. Dalam *Dictionary of Philosophy*, Dogobert

D. Runes menjelaskan bahwa fenomenalisme mengasumsikan dua makna: *pertama*, menolak ada realitas di balik fenomena; *kedua*, menegaskan bahwa realitas adalah *things in themselves*, namun menolak bahwa realitas semacam itu dapat diketahui. Pengertian yang hampir sama dengan rumusan Runes juga dapat ditemukan dalam *Dictionary of Philosophy* susunan Peter A. Angles, bahwa fenomena adalah objek dari *sence experience*, yakni objek pengalaman indera; fenomena adalah sesuatu yang hadir ke dalam kesadaran; fenomena adalah setiap fakta atau kejadian yang dapat diobservasi.

Fenomenologi adalah filsafat tentang fenomena. Fenomena memaksudkan peristiwa pengalaman keseharian, kecemasan, duka, kegembiraan yang menggumuli keseharian setiap orang. Sebagai sebuah ilmu, fenomenologi adalah juga sebuah metodologi untuk menggapai kebenaran. Karena pengalaman milik semua orang, kebenaran itu tidak dieksklusifkan dari mereka semua. Semua dapat mengajukan pengetahuan-pengetahuan valid dengan dan dalam pengalamannya (Adian, 2010:5-6).

a. Fenomenologi Edmund Husserl

Fenomenologi (*phenomenology*) salah satu model penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh seorang ilmuan Eropa bernama Edmund Husserl pada awal abad ke-20 (sekitar tahun 1935-an). Model ini berkaitan dengan suatu fenomena. Dalam mengembangkan model fenomenologinya, Husserl memulainya dengan suatu pertanyaan,

“bagaimana suatu objek dan suatu kejadian muncul bersamaan dan mempengaruhi kesadaran manusia dan apakah suatu fenomena yang terjadi dapat dipisahkan dari kesadaran manusia? “itulah pertanyaan pertama yang menggelitik Husserl untuk meneliti dan mengembangkan fenomenologi (Herdiansyah,2014:66).

Edmund Husserl berupaya mengembangkan suatu metode untuk menemukan kebenaran melalui pengalaman langsung. Menurutnya orang harus disiplin dalam menerima pengalaman itu. Dengan kata lain, pengalaman sadar individu adalah jalan yang tepat untuk menemukan realitas. Hanya melalui “perhatian sadar” (*conscious attention*) kebenaran dapat diketahui. Pandangan Husserl ini dinilai sangat objektif karena (*the world can be experienced without the knower bringing his or her own categories to bear on the process*) pandangan ini dinyatakan bahwa dunia dapat dirasakan atau dialami tanpa harus membawa serta berbagai kategori yang dimiliki orang yang ingin diketahui pengalaman itu (*knower*), karena hal itu dapat mempengaruhi pengalaman itu (Morrisan,2013:41).

b. Fenomenologi Maurice Merleau-Ponty

Namun kebanyakan pendukung tradisi fenomenologi dewasa ini menolak pandangan Husserl tersebut. Mereka justru mendukung gagasan bahwa pengalaman adalah subjektif, tidak objektif sebagaimana pandangan Husserl. Mereka percaya bahwa subjektivitas justru sebagai

pengetahuan yang penting. Tokoh penting dalam tradisi ini adalah Maurice Merleau-Ponty yang pandangannya dianggap mewakili gagasan mengenai fenomenologi persepsi (*phenomenology of perception*) yang dinilai sebagai penolakan terhadap pandangan objekif namun sempit oleh Husserl. Menurut Ponty, manusia ialah makhluk yang memiliki kesehatan fisik dan mental yang menciptakan makna terhadap dunia. Kita mengetahui sesuatu hanya melakukan hubungan pribadi kita dengan sesuatu itu. Sebagai manusia kita dipengaruhi oleh dunia luar atau lingkungan kita, namun sebaliknya kita juga mempengaruhi dunia disekitar kita melalui bagaimana kita mengalami dunia. Menurut Ponty sesuatu itu ada karena sesuatu itu diketahui atau dikenali. Dengan demikian, suatu objek atau peristiwa itu ada dalam suatu proses yang timbal balik (*give/and/take*) yaitu hubungan dialogis dimana suatu objek atau peristiwa mempengaruhi objek atau peristiwa langsung (Morissan,2013:41-42).

c. Fenomenologi Martin Heidegger

Fenomenologi Hermenetik (*hermenutik phenomenology*) yang mirip dengan fenomenologi persepsi namun dikembangkan secara lebih luas dengan penerapkannya secara lebih komprehensif dalam komunikasi. Tokoh dibidang ini adalah Martin Heidegger yang dikenal dengan karya-karya *philosophical hermenutiks*. Hal yang paling penting bagi Heidegger “pengalaman alami” (*natural experience*) yang terjadi begitu saja ketika

orang hidup di dunia. Bagi Heidegger, realitas terhadap sesuatu tidak dapat diketahui hanya melalui analisis yang hati-hati tetapi melalui pengalaman alami yang berbentuk melalui penggunaan bahasa dalam kehidupan setiap hari. Apa yang alami adalah apa yang dialami melalui penggunaan alami bahasa konteks. *“it is in words and language that things first come into being and are”*, (dalam kata-kata dan bahasalah sesuatu itu terwujud pertama kali dan ada) (Morissan,2013:42).

d. Fenomenologi Alferd Schutz

Alferd Schutz adalah seorang murid Husserl yang mencoba memasukan ide-ide Husserl kedalam sosiologi dan apa yang dilakukannya ternyata tidak sia-sia. Schutz inilah yang kemudian merupakan mata rantai penghubung filsafat fenomenologi dari Husserl dengan sosiologi. Pemikiran-pemikiran Husserl yang lebih banyak aroma filosofinya dikupas lebih lanjut oleh Schutz agar dapat diterapkan dalam ilmu sosial.

Menurut Kuswarno (2009:18) bahwa inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Di mana tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisif. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada

pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna diluar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau bisa disebut *stock of knowledge*.

Karya terpenting Schutz berbicara tentang “waktu” yang dijadikannya sebagai isu sentral. Seperti Husserl dan Bergson, dia membedakan tentang pengalaman batiniah kita tentang waktu (*duree*) dan waktu objektif atau kosmik. Perbedaan itu dia maksudkan untuk batu loncatan analisisnya tentang “struktur waktu yang ada pada *self*”. Meminjam konsep Mead, dia mengadopsi perbedaan pragmatis antara *I* dan *me* sebagai fase-fase *self* dalam interaksi sosial. Momentum dari tindakan *I* (aku) adalah satu langkah yang tidak pasti untuk memasuki masa depan, sedangkan momentum dari refleksi *me*, adalah penilaian *self* tentang tindakan-tindakan sendiri (Flaherty, 2012:373).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokannya dalam dua *fase* yaitu:

- a) *Because motive*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Di mana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.
- b) *In order to motive*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Di mana, tindakan yang dilakukan oleh

seseorang pasti memiliki tujuan yang telah diterapkan, (Schutz dalam Elza, 2015:3).

Schutz membedakan antara makna dan motif. Makna berkaitan dengan bagaimana aktor menentukan aspek apa yang penting dari kehidupan sosialnya. Sementara, motif menunjukkan alasan pada seseorang melakukan sesuatu. Makna mempunyai dua macam tipe, yakni makna subjektif dan objektif. Makna subjektif merupakan konstruksi realitas tempat seseorang mendefinisikan komponen realitas tertentu yang bermakna baginya. Makna objektif adalah seperangkat makna yang ada dan hidup dalam kerangka budaya secara keseluruhan yang dipahami bersama lebih dari sekedar ideosinkrattik. Schutz juga membedakan dua tipe motif, yakni motif “ dalam kerangka untuk ” (*in order to*) dan motif “ karena” (*because*). Motif pertama berkaitan dengan alasan seseorang melakukan sesuatu tindakan sebagai usahanya menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan dimasa datang. Motif kedua merupakan pandangan retrospektif terhadap faktor-faktor yang menyebabkan seorang melakukan tindakan tertentu (Haryanto,2016:149).

3. Pengertian Fenomena

Fenomena berasal dari bahasa Yunani *phainomenon* “apa yang terlihat”, Fenomena juga bisa berarti : suatu gejala, fakta, kenyataan, kejadian dan hal-hal yang dapat dirasakan oleh pancaindra bahkan hal-hal yang mistik atau klenik. Kata turunan adjektif, fenomenal, berarti: “suatu yang luar biasa”,

fenomena adalah rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu.

Dalam kamus sosiologi dan kependudukan, fenomena diartikan sebagai unsur dasar variabel yang secara sosiologi dianggap stabil. Ilmu yang mempelajari fenomena disebut fenomenologi yang diartikan cara pendekatan ilmiah yang mempersoalkan sebab-sebab timbulnya gejala atau kejadian semata-mata tanpa mencoba menerangkannya.

Dengan demikian dari pengertian-pengertian diatas dapat dinyatakan bahwa fenomena adalah suatu peristiwa tidak lazim yang terjadi di masyarakat yang dapat dilihat, dapat dirasakan dan dapat diamati oleh manusia sehingga menarik untuk dikaji atau diteliti keadaannya secara ilmiah.

Dalam pendekatan sastra, fenomenologi memanfaatkan pengalaman intuitif atas fenomena, sesuatu yang hadir dalam refleksi fenomenologis, sebagai titik awal dari usaha untuk mendapatkan hakekat dari pengalaman dan hakekat dari apa yang kita alami.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa Fenomena adalah sesuatu yang kita sadari, objek dan kejadian disekitar kita, orang lain, dan diri kita sendiri sebagai refleksi dari pengalaman sadar kita. Dalam pengertian yang lebih lanjut lagi, Fenomena adalah sesuatu yang masuk kedalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk presepsi, khayalan, keinginan, atau pikiran (Kuswarno, 2009: 5).

4. Fenomenologi

Fenomenologi (phenomenology) merupakan salah satu modal penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh seorang ilmuwan Eropa bernama Edmund Husserl pada awal abad ke-20 (sekitar tahun 1935/an). Model ini berkaitan dengan suatu fenomena. Pada awalnya, Husserl melihat adanya titik temu antara ilmu filsafat dengan ilmu sosial terapan, seperti psikologi, antropologi, dan sosiologi. Menurut Husserl, dalam setiap hal manusia memiliki pemahaman dan penghayatannya tersebut sangat berpengaruh terhadap perilakunya.

Fenomenologi berasal dari kata *phenomenon* yang merupakan kemunculan suatu objek dan peristiwa dalam persepsi individu. Fenomenologi (*phenomenology*) menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan (Morissan,2013:39).

Dalam arti yang lebih luas, kata “fenomenologi” mencakup aneka macam cara populer untuk membicarakan fenomenon-fenomenon atau hal-hal yang tampak. Dengan demikian istilah ini tidak lagi dipatoki secara jelas dan kritis. Fenomenologi merupakan istilah yang digunakan secara luas dalam berbagai pengertian dalam filsafat modern, yang memiliki pokok persoalan “fenomena” (Sobur, 2014:15).

Dalam pengertian yang paling inti, istilah fenomenologi merujuk pada teori spekulatif tentang penampilan pengalaman dan dalam penggunaan awal,

pengertian fenomenologi dikaitkan dengan dikotomi “phenomenon-noumenon”, suatu perbedaan antara yang tampak (*phenomenon*) dan yang tidak tampak (*noumenon*). Fenomenologi Husserl merupakan usaha spekulatif untuk menentukan hakikat yang seluruhnya didasarkan atas pengujian dan penganalisisan terhadap yang tampak (Sobur, 2014:15).

Fenomenologi menjelaskan fenomena dan maknanya bagi individu dengan melakukan wawancara pada sejumlah individu. Temuan ini kemudian dihubungkan dengan prinsip-prinsip filosofis fenomenologi. Studi ini diakhiri dengan esensi dari makna. Fenomenologi menjelaskan struktur kesadaran dalam pengalaman manusia. Pendekatan fenomenologi berupaya membiarkan realitas mengungkapkan dirinya sendiri secara alami. Studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subyek mengenai pengalamannya dalam suatu peristiwa (Sobur, 2014:433).

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian, dalam mempelajari dan memahinya, haruslah berdasarkan sudut pandang paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (*first/experiences*). Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang

diteliti. Di samping itu, dalam memahami dan mempelajarinya haruslah didukung oleh persiapan yang matang dan komprehensif dari peneliti untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari subjek yang diteliti, sehingga keterdekatan dapat diperoleh dan dapat didukung penelitian (Herdiansyah, 2014:66).

5. Proses Pemahaman Terhadap Tindakan

Menurut Orleans fenomenologi digunakan dalam dua cara mendasar, yaitu: (1) untuk menteorikan masalah sosiologi yang substansial dan (2) untuk meningkatkan kecukupan metode penelitian sosiologis, lebih lanjut Orleans menjelaskan, bahwa fenomenologi berupaya menawarkan sebuah koreksi terhadap tekanan bias tersebut pada konseptualisasi positivistis dan metode-metode risetnya yang menganggap bahwa isu yang ditemukan adalah metode fenomenologi sebagai suatu hal yang menarik.

Fenomenologi mampu mengungkap objek secara meyakinkan, meskipun objek itu berupa objek kognitif maupun tindakan ataupun ucapan. Fenomenologi mampu melakukan itu karena segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang selalu melibatkan mental.

Menurut Weber untuk memahami motif dan makna tindakan manusia itu pasti terkait dengan tujuan. Dengan begitu, tindakan individu adalah suatu tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan (*in order to motive*) yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif berupa hubungan tatap muka, atau *face to facerelationship* antar person yang bersifat unik. Tindakan

rasional semacam itu adalah suatu tindakan yang bertujuan atas dasar rasional nilai yang berlaku dan bersifat afektual, yaitu tindakan yang terkait dengan kemampuan intelektual dan emosi, serta berdasar atas pemahaman makna subjektif dari aktor itu sendiri.

Dunia sosial bagi Weber merupakan dunia intersubjektif, sebagaimana dikatakan oleh golongan fenomenologis. Weber meyakini bahwa empati, simpati, intuisi oleh golongan fenomenologis. Weber mengembangkan teknik intuitif yang melibatkan bentuk identifikasi terhadap aktor, dengan partisipasi yang simpatis terhadap emosi mereka. Dunia sosial merupakan suatu dunia arti yang intersubjektif, merupakan proses interaksi makna dan simbolik diantara manusia yang bertindak.³

Dalam fenomenologi terdapat 3 konsep dasar yang dikemukakan oleh Deetz, 1973 dalam Littlejohn& Foss, (Morissan, 2013:39) :

1. Pengalaman diperoleh secara langsung lewat pengalaman sadar kita akan mengetahui dunia ketika berhubungan dengannya.
2. Makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain bagaimana anda berhubungan dengan benda, menentukan maknanya bagi Anda.
3. Bahasa pada dasarnya merupakan kendaraan makna. Kita memahami dunia lewat bahasa yang kita gunakan guna mendefenisikan serta mengekspresikan dunia.

³ <https://www.coursehero.com/file/16351927/BA/>. Diakses pada 23 September 2020.

6. Jenis-Jenis Fenomenologi

Inti dari tradisi fenomenologi adalah memahami kehidupan dalam keseharian dalam suasana yang alamiah. Tradisi memandang manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungannya.

Titik berat tradisi fenomenologi adalah pada bagaimana individu mempersepsi serta memberikan interpretasi pada pengalaman subyektifnya. Adapun varian dari tradisi fenomenologi menurut Littlejohn dan Foss (Morissan, 2013:4).

- a. Fenomenologi klasik, percaya pada kebenaran hanya bisa didapatkan melalui pengarah pengalaman, artinya hanya mempercayai suatu kebenaran dari sudut pandangnya tersendiri atau obyektif.
- b. Fenomenologi persepsi, percaya pada suatu kebenaran bisa didapatkan dari sudut pandang yang berbeda-beda, tidak hanya membatasi fenomenologi pada obyektifitas atau bisa dikatakan lebih subyektif.
- c. Fenomenologi hermeneutik, percaya pada suatu kebenaran yang ditinjau baik dari aspek obyektifitas maupun subyektifitasnya, dan juga disertai dengan analisis guna menarik suatu kesimpulan.

7. Prinsip Dasar Fenomenologi

Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Stanley Deetz mengemukakan tiga prinsip dasar fenomenologi, yaitu:

- 1) Pertama, pengetahuan adalah kesadaran. Pengetahuan tidak disimpulkan dari pengalaman namun ditemukan secara langsung dari pengalaman sadar.
- 2) Kedua, makna dari suatu terdiri atas potensial sesuatu itu pada hidup seseorang. Dengan kata lain, bagaimana anda memandang suatu objek tergantung pada makna objek itu bagi anda.
- 3) Ketiga, bahasa adalah “kendaraan makna” (*Vehicle meaning*), kita mendapatkan pengalaman melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan menjelaskan dunia kita (Morissan, 2013:39-40)

8. Ciri Pokok Fenomenologi

Beberapa cirri pokok fenomenologi yang dilakukan oleh peneliti fenomenologis Moleong (2015:8):

- 1) Mengacu pada kenyataan dalam hal ini kesadaran tentang suatu benda secara jelas.
- 2) Memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang berada dalam situasi-situasi tertentu.
- 3) Memulai dengan diam.

9. Kelebihan dan Kekurang Fenomenologi

Menurut Sobur (2014:7-8) fenomenologi sebagai bidang disiplin filsafat dan sebagai metodologi ilmu manusia telah diakui kemampuannya dalam mempelajari suatu fenomena sosial. Para komunikasi kontemporer menggunakan kelebihan fenomenologi sebagai prinsip dasar kuat dalam penelitian komunikasi. Suatu ilmu pendekatan manusia untuk mempelajari fenomena dengan cara yang tetap peka terhadap keunikan orang yang diteliti.

Kita sampai pada apa yang disebut sebagai keuntungan Sobur (2014:12) jika kita memakai fenomenologi, baik sebagai metodologi atau pendasaran filosofi dari menjadikan fenomenologi sebagai metode penelitian:

- 1) Penggunaan fenomenologi sebagai metode dapat dikatakan sangat efisien dan ekonomis karena seorang peneliti akan berurusan dengan data tertentu yang hendak digeneralisasi. Artinya sepanjang kita tidak mengabaikan, tetapi memungkinkan kita untuk memilih mendeskripsi data yang sangat dibutuhkan saja.
- 2) Keseluruhan proses penelitian fenomenologis menguntungkan karena peneliti dapat berinteraksi langsung dengan partisipan.
- 3) Metode fenomenologi membiarkan peneliti bertanya dalam rangka klarifikasi bertanya untuk mendapatkan *follow/up/robingquestion*.
- 4) Membuat peneliti lebih mudah mengamati respon non verbal yang seharusnya dapat dijadikan sebagai informasi pendukung pertanyaan-

pertanyaan kontradiktif dari respon verbal berupa kata-kata dari para partisipan.

- 5) Metode penelitian metodologi membuat penelitian membangun sinergi yang terjadi antara reaksi peneliti dengan partisipan dan reaksi dikalangan partisipan sendiri ketika membangun respon bersama karena dikatakan bahwa metode ini sangat luas.
- 6) Hasil penelitian fenomenologis yang dapat di aplikasikan dalam *setting* yang luas dari sekedar individu, apalagi hasilnya mudah dipahami. Hal ini karena kita memperoleh pendapat dan pertanyaan langsung dari orang-orang yang menjadi subjek penelitian kita.

Hal yang menarik pula bahwa para fenomenologi, Sobur (2014:12-13):

- a) Menolak realisme ilmiah yang mengatakan bahwa keberadaan semua benda atau peristiwa adalah independen atau bebas dari pengetahuan.
- b) Setuju bahwa ilmu-ilmu empiris memiliki metode yang lebih baik atau menggambarkan fitur dari dunia daripada ilmu alamiah.
- c) Lebih suka menjadikan fenomenologi untuk menggambarkan pengalaman atau kesadaran terhadap hal-hal tertentu dalam realitas dunia.
- d) Menentang penerimaan hal-hal yang tidak teramati.
- e) Menolak naturalisme dan positifisme.

- f) Percaya bahwa benda-benda dalam alam budaya dunia, maupun benda-benda abstrak (seperti angka dan keanderaan) dapat dibuat jelas sehingga semakin dikenal.
- g) Menyadari peran berbagai informasi lebih jelas karena untuk segala sesuatu ada keterangan tentang factor-faktor penyebab, tujuan atau alasan terjadinya suatu pengalaman.
- h) Terus berusan dengan depat tentang proses reduksi data
- i) Belajar tentang kehidpan dunia yang bersumber dari pola-pola yang terambil dari dan diberikan bagi kehidupan manusia sehari-hari.

10. Pengunjung

Bila di perhatikan, orang-orang yang berkunjung di suatu tempat atau Negara biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan.

Maksud penjelasan di atas dalam penelitian yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik suatu tempat yang dalam hal ini yang menjadi objek adalah Dhapu Koffie sebagai lokasi penelitian.⁴

11. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di

⁴ <https://www.artikata.com/arti-369327-pengunjung.html>. Di akses pada tanggal 23 September 2020

perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri. kemahasiswaan, berasal dari sub kata mahasiswa. sedangkan mahasiswa terbagi lagi menjadi dua suku kata yaitu maha dan siswa.⁵

B. Definisi Operasional

1. Fenomenologi

Fenomenologi merupakan pendekatan kualitatif yang memfokuskan diri pada konsep suatu fenomena tertentu dan bentuk dari studinya untuk melihat dan memahami arti dari suatu pengalaman individual yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu.

Pada penelitian ini, peneliti merupakan teori Fenomenologi yang diperkenalkan oleh Alfred Schutz yaitu motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Karena suatu tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki alasan tertentu, maka dari itu peneliti ingin mengetahui tujuan mengapa pengunjung ke Dhapu Koffie. Peneliti juga ingin mengetahui apa yang mereka dapatkan dari Dhapu Koffie tersebut, maka dari itu peneliti menggunakan teori Alfred Schutz.

⁵ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>. Di akses pada 23 September 2020

2. Pengunjung

Berdasarkan hasil wawancara dan pra observasi yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian, peneliti lebih memfokus ke pengunjung mahasiswa dan mahasiswi karena konsumen disana lebih dominan ke mahasiswa dan mahasiswi. Mereka pun selain dari ingin menikmati kopi, mereka juga mempunyai motif lain. Maka dari itu peneliti memfokuskan penelitian tentang motif pengunjung di Dhapu Koffie.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti/Jurnal/Volume/No	Metode Penelitian	Hasil
1	Noorsafiza Mohd Sapie ¹ , Mohd Yusof Hussain ¹ , Suraiya Ishak ¹ , Abd Hair Awang ¹ , Novel Lyndon ¹	Motif dan daya Tarikan Pusat Membeli-Belah dalam Kalangan Pengunjung Metropolitan Kuala Lumpur, Malaysia/ Journal Of Society and Space Vol 10/ No. 1/ 2017	Kuantitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat tiga kluster motif pengunjung pusat membeli-belah yaitu yang mementingkan identity pusat membeli-belah, hedonistic dan sosial serta utilitarian. Hasil analisis faktor mendapati tiga faktor tarikan pusat membeli-belah yaitu kemudahan dan keselesaan

				atmosfera, imej dan faktor kedai serta aktiviti sosial.
2	Ayu Wulandari dan Erianjoni	Motif Wisatawan Mengunjungi Masjid Agung Madani Islamic Centre (Mamic) Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu/ Jurnal Perspektif/ Vol 1/ No. 4/ 2018	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian ini menggunakan teori Alfred Schutz, dan hasil penelitian ini mengungkapkan ada dua yang menjadi motif wisatawan mengunjungi Mesjid Agung Madani Islamic Centre (MAMIC) adalah (1) Motif internal terdiri atas a. pergi berwisata dan jalan-jalan, b. melihat desain MAMIC. (2) Motif eksternal terdiri atas a. informasi ataupun dorongan dari teman, b. melihat iklan dan spanduk, c. informasi dari internet dan media sosial.
3	Ave Nova Sinaga, Defri Yoza, Viny Volcerina darlis	Persepsi pengunjung terhadap wisata alam di Camp Granit Taman Nasional Bukit30/ Jurnal Kehutanan/ Vol 15/ No.1/ 2020	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisata alam camp Granit memiliki lingkungan wisata yang sangat menarik, tingkat kenyamanan saat bepergian tergolong sangat nyaman dan motif perjalanan pengunjung ke

				wisata alam Camp Granit TNBT dengan tujuan rekreasi atau liburan sebesar 68,6%.
--	--	--	--	---

Persamaan dan perbedaan penelitian

1. Pada penelitian Noorsafiza Mohd Sapie¹, Mohd Yusof Hussain¹, Suraiya Ishak¹, Abd Hair Awang¹, Novel Lyndon¹ yang berjudul Motif dan daya Tarikan Pusat Membeli-Belah dalam Kalangan Pengunjung Metropolitan Kuala Lumpur. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang motif dan perbedaan dalam penelitian ini adalah meneliti tentang daya tarikan pusat membeli dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
2. Pada penelitian Ayu Wulandari dan Erianjoni yang berjudul Motif Wisatawan Mengunjungi Masjid Agung *Madani Islamic Centre* (Mamic) Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang motif dengan menggunakan teori fenomenologi dari Alferd Schutz dengan menggunakan pendekatan kualitatif.
3. Pada penelitian Ave Nova Sinaga, Defri Yoza, Viny Volcerina Darlis yang berjudul Persepsi pengunjung terhadap wisata alam di Camp Granit Taman Nasional Bukit 30 memiliki persamaan dengan meneliti pengunjung.

perbedaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang persepsi dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif sementara penelitian yang saya lakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena metode kualitatif adalah yang mampu memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri (Usman dan Akbar,2011:78).

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang mendalam (*in/depth*), berorientasi pada kasus dari sejumlah kecil kasus, termasuk satu studi kasus. Penelitian kualitatif berupaya menemukan data secara terperinci dari kasus tertentu, seringkali dengan tujuan menemukan bagaimana sesuatu terjadi, dan tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memnuat suatu fakta guna dapat dipahami. Metode penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk melihat perilaku dalam situasi yang sebenarnya tanpa ada rekayasa yang terkadang terjadi pada penelitian eksperimental atau survei. Teknik kualitatif dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti terhadap fenomena yang sedang di teliti, khususnya jika fenomena tersebut belum pernah diteliti sebelumnya. Selain itu, metode kualitatif bersifat fleksibel sehingga memungkinkan peneliti untuk mempelajari berbagai bidang baru yang menarik (Morissan,2014:22).

Penentuan metode dalam penelitian adalah langkah yang sangat penting karena dapat menentukan berhasil tidaknya sebuah penelitian, Hikmat

(2011:35).Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2015:4 mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif.Dimana untuk mengetahui motif pengunjung di Dhapu Koffie.Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dari motif pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian tersebut (Bungin,2011:78).

Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan atau pemilihan informan dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang dimilikinya dari peneliti dan jumlah informannya 10 orang terdiri dari 5 mahasiswa dan 5 mahasiswi, Nasution (2004) dalam Reznu (2019:35).Adapun indikator subjeknya ialah:

- a) Informan merupakan mahasiswa/i
- b) Informan merupakan pelanggan tetap

c) Informan mengunjungi Dhapu Koffie tiga kali dalam seminggu

d) Informan dalam 1 tahun belakangan ini sering kesana

2. Objek penelitian

Objek variabel penelitian merupakan titik awal dalam suatu penelitian. Apabila masalah penelitian telah di pilih dan rumuskan, berarti masalah itu telah dapat diteliti secara ilmiah dan peneliti mampu melakukannya (Nurdin dan Hartati,2019:109).

Pada penelitian ini objeknya adalah motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*) pada pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru. Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menukan hasil dari objek penelitian ini yaitufaktor apa saja yang menjadi motif sebab (*because of motive*) pengunjung (mahasiswa) datang ke Dhapu Koffie karena mereka merasa suntuk dirumah, ada janji dengan teman, serta motif tujuan dari pengunjung Dhapu Koffie ialah pengunjung ini bukan hanya untuk menikmati kopi saja tetapi mereka memiliki tujuan lain seperti berkumpul dengan teman-teman, menikmati *wi-fi* untuk mengerjakan tugas bahkan untuk bermain game juga. Because motif pada pengunjung Dhapu koffie ialah, mereka

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian.

Lokasi merupakan tempat yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian di Dhapu Koffie Pekanbaru di Jalan Ronggowarsito.



Table 3.1
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2020-2021																																							
		Mar		Apr		Mei		Jun		Jul				Agust				Sept				Okt				Nov				Des				Jan				Feb			
		3	4	1	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Persiapan dan Penyusunan Usulan Penelitian	x	x			x	x																																		
2.	Seminar Usulan Penelitian																																								
3.	Revisi Proposal																																								
4.	Penelitian Lapangan																																								
5.	Pengolaha dan Analisis Data																																								
6.	Konsultasi Bimbingan Skripsi																																								
7.	Ujian Skripsi																																								
8.	Revisi & Pengesahan Skripsi																																								
9.	Penyeraha Skripsi																																								

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi (Helmi,2010:2).

Untuk mendapatkan data primer ini peneliti melakukan obeservasi serta wawancara langsung dengan informan yang bersangkutan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara dikumpulkan dan disatukan oleh studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lainnya. Biasanya sumber tidak langsung ataupun berupa data dokumentasi dari arsip-arsip resmi (Helmi,2010:2).

Data sekunder adalah merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang lain. Ini mengandung arti bahwa periset mencatat sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan (Istijanto,2009:38).

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara dapat berarti banyak hal atau wawancara memiliki banyak definisi tergantung konteksnya. Menurut Moleong (2005) dalam (Herdiansyah 2014:118), wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Melakukan wawancara mendalam berarti mencari informasi yang sebanyak-banyak dari informan yang di peroleh jelas dan rinci. Peneliti hendaknya mengetahui dan menguasai pendukung data-data peneliti, Herdiansyah (2014:124). Maka dalam penelitian ini dilakukan wawancara terbuka yaitu subjek atau yang di wawancarai mengerti dan mengetahui bahwa mereka sedang di wawancarai dan mengetahui apa maksud dan tujuan wawancara tersebut.

Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara terbuka dengan member pertanyaan kepada beberapa subjek yang sudah di tetapkan dan berkompeten dalam menjawab, untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan yang di wawancarai adalah mahasiswa yang berkaitan dengan Motif pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru.

2. Observasi

Observasi merupakan menggambarkan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan serta makna dan kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat tersebut (Herdiansyah,2014:132).

Observasi peneliti dilapangan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh konsumen tersebut, apakah motif mereka hanya sekedar untuk meminum kopi atau mereka mempunyai motif lain.

Observasi mempunyai berupa metode yang di sesuaikan dengan tujuan dan perilaku yang akan diamati. Terdapat lima metode observasi yang umum dikenal dan sering kali digunakan dalam penelitian, kelima metode tersebut, antara lain *Anecdotal record*, *Behavioral checklist*, *participation charts*, *rating scale*, *behavioral tallying and charting*. Dalam penelitian ini,peneliti menggunakan metode observasi *Anecdotal record* yaitu metode yang digunakan peneliti melakukan observasi dengan hanya membawa kertas kosong untuk mencatat perilaku khas, unik dan penting yang dilakukan subjek penelitian. (Herdiasyah, 2014:133)

Dari metode observasi yang digunakan peneliti yaitu *Anecdotal record*. Untuk mendapatkan informasi yang ingin peneliti capai, peneliti

melakukan observasi ketempat lokasi yang dikunjungi oleh pengunjung tersebut yaitu Dhapu Koffie Jl. Ronggowarsito

3. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk memperkuat data-data yang telah ada dengan menggunakan foto, data pribadi yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, catatan khusus, dan sebagainya. Menurut Moleong dalam Herdiansyah (2013:30), dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau foto, yang di persiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong serta berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian.

Dalam penelitian ini, pengumpulan bahan dokumentasi ini bertujuan untuk memperkuat pernyataan mengenai penelitian yang penulis ambil sesuai fakta dan fenomena serta sebagai referensi pendukung penelitian ini, seperti: hasil penelitian dan buku-buku.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Moleong (2004:330) dalam (Gunawan,2014:219) mengatakan bahwa untuk mengecek keabsahan data tersebut, peneliti menggunakan dengan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisis data yang mensintesa data dari berbagai sumber. Wiersma mengemukakan Triangulasi dalam

pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dapat disimpulkan bahwa triangulasi merupakan suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan suatu yang lain diluar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pebanding terhadap data itu. Teknik Triangulasi yang banyak di gunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi di bedakan atas 4 macam Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyedik dan teori.

Peneliti menggunakan teknik Triangulasi data. Menurut Moleong (2004) dalam Gunawan (2014:220-221) mengatakan Triangulasi dengan sumber data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat di capai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

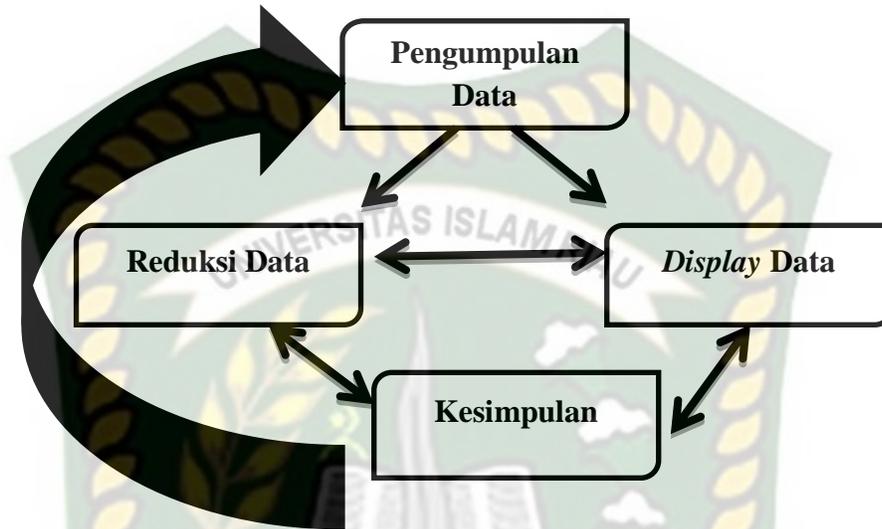
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan.

G. Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data adalah tahap dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Hasil penelitian yang dihasilkan harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat dipertanggungjawabkan dan dilihat keabsahannya, (Herdiansyah,2014:158).

Dalam menganalisis data yang diperoleh lapangan, peneliti menggunakan analisis secara deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian di proses melalui pencatatan dan perekaman. Dalam proses analisis data yang akan dilakukan peneliti menggunakan data model interaktif yang dipopulerkan Miles dan Huberman dalam Herdiansyah (2014:164).

Gambar 3.1
Komponen-komponen analisis data model interaktif



Sumber :Miles dan Huberman (dalam Herdiansya,2014:164)

1. Pengumpulan data, peneliti sudah melakukan wawancara, observasi, dan lain sebagainya dan hasil dari aktivitas tersebut adalah data. Pada saat subjek melakukan pendekatan dan menjalin hubungan dengan subjek penelitian, dengan responden penelitian, melakukan observasi, membuat catatan lapangan, bahkan ketika peneliti berinteraksi dengan lingkungan sosial subjek dan informan, itu semua merupakan proses pengumpulan data yang hasilnya adalah data yang akan dikelola.
2. Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara, hasil observasi, hasil studi dokumentasi

dan/ atau hasil dari FGD di ubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing.

3. *Display* data merupakan mengelola data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas (yang sudah di susun alurnya dalam table akumulasi tema) ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode dari anak tema tersebut sesuai dengan wawancara yang sebelumnya telah dilakukan.
4. Kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam rangkain analisis data kualitatif menurut model interaktif yang di kemukakan Miles dan Huberman (1984) dalam Herdiansyah (2014:164-178).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian / Profil Subyek Penelitian

1. Sejarah Ringkas Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 tanggal 7 September 1987, terdiri dari 8 wilayah kecamatan dari 5 kecamatan yang ada sebelumnya, dengan luas wilayah 446,5 Km² , setelah diadakan pengukuran dan pematokan oleh Badan Pertanahan Nasional Riau, luas Kota Pekanbaru selanjutnya di verifikasi menjadi 632,26 Km² . Dengan bergulirnya otonomi daerah pada tahun 2000 dan untuk terciptanya tertib pemerintahan serta pembinaan pada wilayah yang cukup luas ini, maka dibentuklah Kecamatan baru yang ditetapkan berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 3 Tahun 2003 sehingga menjadi 12 kecamatan. Demikian pula dengan Kelurahan/Desa dimekarkan menjadi 58 (dari 45 Kelurahan/Desa yang ada sebelumnya) berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003. Letak Kota Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh keberadaan Sungai Siak yang membelah kota menjadi di wilayah. Sungai Siak ini pulalah yang kemudian menjadi acuan orientasi Utara – Selatan kota, dimana wilayah di atas Sungai Siak di identifikasikan sebagai daerah Utara Kota, dan sebaliknya daerah di bawah Sungai Siak diidentifikasi sebagai daerah Selatan Kota. Kota

Pekanbaru secara geografis terletak antara 101014' – 101034' BT dan 0025' – 0 045' LU, dengan batas administrasi sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar.
- b. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan.
- c. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan.
- d. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Kampar

Secara spasial, Pekanbaru memiliki lokasi yang sangat strategis sebagai kota transit yang menghubungkan kota-kota utama di pulau Sumatera. Keuntungan lokasional ini, harus dicermati sebagai potensi dan masalah yang harus diantisipasi agar pembangunan kota ke depan benar-benar dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya, dan mereduksi kemungkinan dampak/pengaruh negatif yang akan ditimbulkan.

Kota Pekanbaru terdiri dari 12 Kecamatan dan 58 Kelurahan, dengan luas 632,26 km² . Luas wilayah per kecamatan dapat dilihat pada Tabel 4.1.

TABEL 4.1
LUAS WILAYAH KOTA PEKANBARU MENURUT KECAMATAN

No.	Kecamatan	Luas (Km ²)	Persentase (%)
1.	Pekanbaru Kota	2,26	0,36
2.	Sail	3,26	0,52
3.	Sukajadi	3,76	0,59

4.	Lima Puluh	4,04	0,64
5.	Senapelan	6,65	1,05
6.	Bukit Raya	22,05	3,49
7.	Marpoyan Damai	29,74	4,70
8.	Payung Sekaki	43,24	6,84
9.	Tampian	59,81	9,46
10.	Rumbai	128,85	20,38
11.	Rumbai Pesisir	157,33	24,88
12.	Tenayan Raya	171,27	27,09
	Jumlah	632,26	100,00

Tempat penelitian yang diteliti terletak di jalan Ronggowarsito, Kelurahan Suka Maju, Kecamatan Sail, kota Pekanbaru, Riau 28127.

2. Deskripsi Dhapu Koffie

Dhapu koffie merupakan suatu tempat modern dengan konsep tempat bernuansa nyaman dan santai. Sangat cocok sekali di nikmati untuk menghabiskan waktu bersama teman, sahabat, kerabat, serta keluarga tercinta.

Dhapu koffie yang asal namanya dari aceh yang artinya dapur. Sehubungan dengan sang owner berasal dari Aceh, yang dimana pemilik Dhapu koffie ini ingin membuat suasana baru juga dengan nama yang seperti ini, yang pastinya belum ada orang yang buat, juga agar orang penasaran.

Dhapu koffie ini menciptakan suasana tempat yang cocok bagi penikmat kopi yang tidak hanya menikmati kopinya saja, melainkan suasananya yang nyaman untuk nongkrong, bersantai bersama temana-teman dan di tambah dengan ruangan yang nyaman parkir yang luas dan tempat yang strategis.

3. Profil subjek penelitian

- a. Kondisi umum tentang informan (pengunjung)

Tabel 4.2
Informan Penelitian

No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan
1	Ayu	20 Tahun	Wanita	Mahasiswi UIR
2	Darma	21 Tahun	Pria	Mahasiswa UR
3	Edi	22 Tahun	Pria	Mahasiswa UIR
4	Ega	23 Tahun	Wanita	MahasiswiUMRI
5	Ilham	25 Tahun	Pria	Mahasiswa UNILAK
6	Julian	22 Tahun	Wanita	Mahasiswa STIE Riau
7	Rury	22 Tahun	Wanita	Mahasiswi Persada Bunda
8	Stef Vani	20 Tahun	Wanita	Mahasiswi UT
9	Syarif	24 Tahun	Pria	Mahasiswa UIN Suska
10	Wulan	22 Tahun	Wanita	Mahasiswi UIR

B. Hasil Penelitian

1. Motif Sebab (*Because of Motive*)Pengunjung Dhapu Koffie di Pekanbaru

a. Hubungan Lingkungan Sosial

1) Di Ajak Teman-Teman

Hubungan diantara sesama makhluk sosial merupakan proses yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Faktor sosial menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie. Faktor sosial yang ditemukan dalam

penelitian ini adalah di ajak teman-teman berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena mahasiswa ingin bertemu dan berkumpul serta berbagi cerita dengan teman-temannya. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa faktor di ajak teman-teman menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Ilham mahasiswa Universitas Lancang Kuning (UNILAK) semester 10 yang berumur 25 tahun. Menurut Ilham dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Informan:

“ saya kesini di ajak oleh teman-teman untuk nongkrong di Dhapu Koffie, jadi keterusan sampai sekarang, sampai 3x dalam seminggu “ (02 Januari 2021).

b. Bosan

Bosan menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie. Faktor yang ditemukan dalam penelitian ini adalah karena mereka merasa bosan dan suntuk dan mereka berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena mahasiswa ingin menghilangkan rasa bosan. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa faktor bosan menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Rury mahasiswa Universitas Persada Bunda semester 4 yang berumur 22 tahun.

Menurut Rury dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Informan:

“ saya kesini untuk menghilangkan rasa bosan karena sendirian dirumah” (03 Januari 2021).

Hal yang senada disampaikan oleh informan Edi mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) semester yang berusia 22 tahun mengatakan bahwa alasan dia mengunjungi Dhapu Koffie karena bosan, berikut pernyataan yang disampaikan oleh Edi:

“saya bosan di kost, teman-teman saya pada pergi sama pacarnya, sementara saya jomblo kak” (04 Januari 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa pengunjung tertarik untuk mengunjungi Dhapu Koffie itu karena bosan.

c. Lokasi Dekat

Lokasi dekat menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie. Faktor yang ditemukan dalam penelitian ini adalah karena lokasinya dekat dari tempat tinggal. Mereka berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena lokasinya dekat. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa lokasi dekat menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Darma mahasiswa Universitas Riau semester 4 yang berumur 21 tahun. Menurut Darma dia menikmati

berkunjung ke Dhapu Koffie. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Informan:

“ saya ke Dhapu Koffie itu bisa dikatakan sering karena lokasi kampus saya dekat dari Dhapu Koffie.Jadi sambil menunggu jadwal kampus selanjutnya saya nongkrong di Dhapu koffie” (05 Januari 2021).

2. Motif Tujuan (*In Order to Motive*)Pengunjung Dhapu Koffie di Pekanbaru

a. Motif Tujuan Sosial

Motif sosial adalah motif yang menunjukkan yang ingin dicapai dengan interaksi dengan orang lain. Motif timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan. Berikut beberapa hasil penelitian tentang motif tujuan sosial:

1) Mencari Kenalan Baru

Bagi sebagian orang membangun hubungan baru kadang tidak mudah.Baik hubungan pertemanan maupun lebih dari sekedar berteman. Memulai sebuah percakapan yang nyaman kadang masih sedikit susah. Kadang kita harus mengupayakan untuk bisa membangun percakapan dan obrolan yang nyaman terlebih dahulu dan dari obrolan yang nyaman itu siapa tau kedepannya kita dapat menemukan sahabat baru atau kenalan baru.

Motif sosial menjadi salah faktor yang menyebabkan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie.Motif sosial yang ditemukan dalam penelitian ini adalah mencari kenalan

baru. Mencari kenalan baru ini menjadi salah satu motif tujuan mahasiswa mengunjungi Dhapu Koffie. Dari sepuluh informan salah satunya mengatakan motif tujuan dia kesini itu sambil mencari kenalan baru. Seperti yang diungkapkan oleh informan Ilham mahasiswa Universitas Lancang Kuning (UNILAK) semester X yang berumur 25 tahun. Menurut Ilham dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie itu bukan hanya sekedar untuk berkumpul bersama teman-teman tetapi dia juga sambil mencari kenalan baru. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Ilham:

“ saya ke Dhapu Koffie tu, bukan hanya sekedar berkumpul dengan teman-teman, tetapi saya juga sambil mencari kenalan baru, mana tau dari pandangan pertama bisa menjadi lebih dekat lagi, ditambah lagi saya lagi jomblo” (02 Januari 2021).

b. Berkumpul bersama teman-teman

Hubungan diantara sesama makhluk sosial merupakan proses yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Faktor sosial menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie. Faktor sosial yang ditemukan dalam penelitian ini adalah berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena mahasiswa bertemu dan berkumpul serta berbagi cerita dengan teman-temannya. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa faktor berkumpul menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Disana mereka bercerita,

bercengkrama sambil memesan makanan dan minumannya. Seperti yang diungkapkan oleh informan Ilham mahasiswa Universitas Lancang Kuning (UNILAK) semester 10 yang berumur 25 tahun. Menurut Ilham dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie bahkan dia mengunjungi Dhapu Koffie mau sampai 2-3x dalam seminggu. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Ilham:

“saya kesini biasanya 2-3 kali dalam seminggu, umumnya sih untuk berkumpul dengan teman-teman. disini kita ketemu dengan teman-teman, kadang-kadang saya juga di ajak teman, kita disini berbagi cerita” (02 Januari 2021).

Hal yang senada yang disampaikan oleh Darma, mahasiswa UR semester 4 berusia 21 Tahun mengatakan selain faktor berkumpul dengan teman-teman dia disini bukan hanya sekedar berkumpul dengan teman-teman tetapi juga ingin menambah teman baru. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Darma :

“ saya kesini itu untuk berkumpul dengan teman-teman saya, tetapi disamping itu juga saya ingin menambah kenalan baru atau teman baru” (03 Januari 2021).

Berdasarkan hasil obeservasi peneliti lakukan bahwa secara umum mahasiswa mengunjungi Dhapu Koffie itu karena mereka ingin berkumpul bersama teman-temanya sambil bercerita dan bercengkrama dan disamping itu juga pengunjung juga mempunyai faktor lain selain dari berkumpul

bersama teman-teman dia juga mempunyai faktor lain yaitu seperti mencari kenalan baru atau teman baru.

c. Harga Murah

Harga merupakan suatu ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap suatu produk. Harga murah menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Faktor penyebab mahasiswa mengunjungi Dhapu Koffie ditemukan dalam penelitian ini adalah harga menu makanan dan minumannya murah menjadi salah satu motif mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie karena mahasiswa tidak perlu repot-repot untuk mencari makanana dan minuman khas Aceh yang enak sesuai dengan standar keuangan mahasiswa. Di Dhapu Koffie inilah salah satu alasan mahasiswa untuk datang ke café ini harga harganya relative murah. Dari sepuluh informan peneliti menemukan bahwa dari kesepuluh informan itu tujuh diantaranya adalah anak daerah (anak perantauan) dan tiganya lagi adalah asli Pekanbaru. Dari kesepuluh menyatakan bahwa harga murah menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Ega mahasiswa Universitas Muhammadiyah Pekanbaru (UMRI) semester 6 yang berumur 23 tahun. Menurut Ega dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie karena harganya relatif murah dan sesuai dengan kantong mahasiswa perantauan. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Ega:

“ saya mengunjungi Dhapu Koffie karena di Dhapu Koffie ini bukan sekedar untuk berkumpul, yang menjadi alasan utama saya kesini yaitu di Dhapu Koffie ini harganya murah-murah kalau dibandingkan dengan Café yang produknya udah tenar seperti *Starbuck* dan sejenisnya. Kalau dibandingkan harga di *starbuck* itu harga minuman paling murah Rp. 40.000-Rp. 50.000 itu dapatnya cumin satu, tetapi kalau di Dhapu Koffie dengan yang harga segitu tadi kita bisa dapat membeli 2 minuman yang sudah terjamin rasa cri khas Acehnya, apa lagi kayak kami yang anak rantauan yang uang belanja itu hanya pas-pas sudah bisa duduk di cafe” (04 Januari 2021).

Hal yang senada yang disampaikan oleh informan Ayu mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) semester 4 yang berusia 20 tahun mengatakan bahwa alasan dia mengunjungi Dhapu Koffie itu karena harganya murah-murah, rasanya enak dan porsi makanannya lumayan banyak. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Ayu:

“ saya kesini itu karena Dhapu Koffie ini harganya murah, dengan terutama porsi makanannya juga banyak, jadi terkdang kalau saya sama teman-teman kesini pesan 1 porsi aja sudah bisa mencicipi bersama-sama” (05 Januari 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa motif penyebab mahasiswa pengunjung Dhapu Koffie karena harga makanan dan minumannya murah dan sesuai dengan kantong mahasiswa. Khususnya mahasiswa perantauan yang uang jajannya terbatas

d. Tempatnya Bagus dan Nyaman

Banyak dari masyarakat ataupun lingkungan awam yang menilai untuk hal pertama pada suatu tempat, mulai dari tempat wisata maupun

tempat tongkrongan yang biasa disebut *cafe* selalu memilih dan melihat dari tempatnya dan kenyamanan tempat tersebut. Ada berbagai macam alasan salah satunya, jika tempat itu bagus berarti ada beberapa *spot* dari lokasi *cafe* itu yang bisa dijadikan *background* untuk para pengunjung berfoto ria, lingkungan *cafe* yang nyaman itu dinilai dari hal kecil, bisa dari ruangan yang *full AC, free wifi*.

Tempat bagus dan nyaman menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Faktor penyebab mahasiswa mengunjungi Dhapu Koffie ditemukan dalam penelitian ini adalah tempatnya yang bagus dan nyaman. Tempatnya yang bagus dan nyaman menjadi salah satu motif mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Terlebih lagi zaman sekarang tempat yang bagus menjadikan pengunjung untuk tempat berfoto yang dimana foto tersebut itu akan di upload di sosial media mereka masing-masing. Dari sepuluh informan peneliti menemukan bahwa dari kesepuluh informan itu mengatakan bahwa tempat bagus dan nyaman menjadi salah daya tarik mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Wulan mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) semester 6 yang berumur 22 tahun. Menurut Wulan dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie karena tempatnya nyaman dan bagus untuk dijadikan spot foto. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Wulan :

“ saya ke Dhapu itu karena tempatnya bagus dan nyaman, konsepnya modern juga. Di tambah di Dhapu itu *backgroundnya* bagus untuk berfoto untuk di *upload* di media sosial” (06 Januari 2021)

Hal yang senada yang di sampaikan oleh informan Edi mahasiswa Universitas Islam Riau semester 6 yang berusia 22 Tahun mengatakan bahwa alasan dia mengunjungi Dhapu Koffie itu karena tempatnya bagus dan terutama tempatnya itu nyaman. Yang dimaksud nyaman itu adalah seperti tidak dibatasi waktu untuk nongkrong di Dhapu Koffie. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Edi:

“ alasan saya kesini tuh tempatnya bagus terutama nyaman karena saya disini tu memesan 1 pesanan saja tapi saya duduknya disini itu sampai berjam-jam dan karyawannya pun tidak terusan memantau saya karena saya hanya memesan 1 pesanan saja dan duduk sampai lama bahkan sampai mereka mau *closing*” (06 Januari 2021)

Berdasarkan hasil observasi peneliti lakukan bahwa di Dhapu Koffie itu memang tempatnya bagus dan nyaman, apalagi di Dhapu Koffie ini dengan tempatnya yang bagus sehingga membuat pengunjung tertarik untuk menjadikan tempat Dhapu Koffie itu sebagai background untuk berfoto.

e. Hiburan (*live music*)

hiburan adalah segala sesuatu yang mampu menjadi penghibur. Padatnya aktivitas manusia saat ini menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan mereka. Hiburan pada umumnya dapat berupa film, musik, buku, bahkan sampai olahraga. Salah satu hiburan yang banyak diminati manusia

saat ini yaitu hiburan yang mengandung unsur kesenangan atau kebahagiaan didalamnya.

Faktor hiburan menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Faktor hiburan yang ditemukan dalam penelitian ini menikmati *live music* adalah menjadi salah satu motif mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie, karena mahasiswa bertemu dan berkumpul serta berbagi cerita dengan teman-temannya. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa faktor hiburan (menikmati *live music*) menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Disana mereka menikmati *live music* yang telah disediakan oleh pihak Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Rury mahasiswa Persada Bunda semester 4 yang berumur 22 tahun. Menurut Rury dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie ini karena di Dhapu Koffie ini menampilkan *live music* nya itu dari hari kamis sampai hari minggu. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Rury:

“ saya mengunjungi Dhapu Koffie karena saya pengen mencari hiburan, karena disini saya bisa menikmati *live music* itu dari hari kamis sampai minggu kalau dibandingkan tempat lain itu *live music* nya hanya pada hari sabtu saja. ” (07 Januari 2021).

Hal yang senada yang di sampaikan oleh informan Julian mahasiswa STIE Riau semester 4 yang berusia 22 Tahun mengatakan bahwa alasan dia ke Dhapu Koffie itu karena untuk mencari hiburan seperti *live music* yang

dimana live music di Dhapu Koffie itu seminggu itu 4 kali yaitu dari hari Kamis-Minggu bahkan ada juga yang menyumbangkan suaranya untuk menghibur para pengunjung yang lainnya. Berikut pernyataan yang di sampaikan oleh Julian:

“ saya ke Dhapu Koffie itu untuk mencari hiburan di samping itu juga saya sesekali menyubangkan suara saya untuk menghibur pengujung yang ada disini, biar pengunjung gak bosan” (08 Januari 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa pengunjung tertarik untuk mengunjungi Dhapu Koffie itu karena di Dhapu Koffie itu menampilkan live music yang dijadwalkan seminggu 4 kali yaitu hari kamis sampai minggu bahkan pengunjung disana ada yang menyumbangkan suaranya untuk menghibur sesama pengunjung di Dhapu Koffie.

f. Pelayanan

Disuatu tempat dimana-mana pelayanan itu paling utama, apalagi kalau mengunjungi suatu tempat seperti cafe. Dimana-mana cafe itu ada sebagian pelayanan yang kurang bagus, tetapi di Dhapu Koffie pelayanannya berbeda dari yang lain. Pelayanan menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Di dalam pelayanan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena mahasiswa tertarik dengan pelayanannya. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa pelayanan

menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Pelayanan di Dhapu Koffie itu sangat ramah dan sesuai SOP yang ada di dalam suatu lingkup pekerjaan. Pengunjung Dhapu Koffie merasa nyaman dengan pelayanan karyawannya, yang dimana mereka itu kalau berkomunikasi sudah seperti keluarga. Seperti yang diungkapkan oleh informan Stef Vani mahasiswi Universitas Terbuka (UT) semester 4 yang berumur 20 tahun. Menurut Stef Vani dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie itu karena karyawan di Dhapu Koffie sangat Ramah dan servis pelayanannya bagus. Berikut pertanyaan yang di sampaikan oleh Stef Vani:

“ saya datang ke Dhapu Koffie itu karena servis pelayanannya bagus dan karyawannya ramah jadi so far saya sudah sering kesini bahkan dari 2016 saya sudah menjadi pelanggan tetap disini” (09 Januari 2021)

Hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa pelayanan di Dhapu Koffie itu memang bagus dan karyawannya ramah-ramah murah senyum dan pada pelanggan tetapnya mereka sudah sangat akrab.

g. Membuat Tugas

Dalam mengerjakan tugas kita pasti membutuhkan suatu tempat yang nyaman. Karena membuat tugas itu harus dengan pikiran yang tenang tanpa ada gangguan. motif membuat tugas salah satu motif yang menjadi mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu koffie, karena di Dhapu koffie ini memiliki suasana yang nyaman, apalagi kalau kita yang ingin mencari suatu

ketenagan untuk mencari referensi untuk membuat tugas. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa motif membuat tugas menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Wulan mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) semester 6 yang berumur 22 tahun. Menurut Wulan dia menikmati berkunjung ke Dhapu Koffie karena tempatnya nyaman untuk membuat tugas karena dia ada pilihan ruangnya. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Wulan :

“ tujuan saya kesini mau mengerjakan tugas, karena kalau dirumah tuh agak buntu pemikiran ni kak di tambah dirumah cuman pakai kipas angin kak. Saya memilih Dhapu Koffie untuk mengerjakan Tugas karena dia juga ada ruangan ac, kan dingin tu kak, jadi enak mengerjakan tugas kampusnya dan Dhapu Koffie ni tempatnya nyaman untuk membuat tugas apalagi dia ada ruangan khusus untuk yang smoking area, meeting room dan yang lainnya, saya kalau dirumah ngerjain tugas tu gak bisa karena adek-adek saya suka gangguin gak ditambah rebut.” (10 Januari 2021).

h. Mencicipi Makanan dan minuman

Pekanbaru terkenal dengan masyarakat yang pecinta kuliner. Ditambah lagi sedang maraknya tempat kuliner atau disebut cafe menjadi salah satu daya tarik masyarakat atau anak muda zaman sekarang untuk lebih terlihat *gaul*.

Salah satu yang menjadi nilai penting yaitu dari rasa dan kualitas makanan dan minuman. motif mencicipi makana dan minuman salah satu motif yang menjadi mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu koffie, karena di Dhapu koffie ini memiliki makanan dan minuman yang memiliki khas Aceh,

apalagi kalau kita yang ingin mencari makanan dan minuman khas Aceh. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa motif mencicipi makanan dan minuman menjadi salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Seperti yang diungkapkan oleh informan Ayu mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) semester 4 yang berusia 20 tahun. Menurut Rury dia berkunjung ke Dhapu Koffie karena makanan khas Acehnya enak dan harganya lumayan banyak. Pelanggan tetap sudah tau harus memilih menu makanan apa, salah satu yang best seller yaitu *mie aceh*. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Ayu :

“ saya kesini karena menu makanannya enak terutama mie aceh tu tadi yang memang kesukaan saya” (10 Januari 2021).

Hal yang senada yang di sampaikan oleh informan Edi mahasiswa Universitas Islam Riau semester 6 yang berusia 22 Tahun mengatakan bahwa alasan dia ke Dhapu Koffie itu karena terkenal dengan kopi khas Aceh yang dimana kopinya berasal dari aceh dan baristanya pun berasal dari Aceh, saya tertarik dengan kopi sanger dan Americano double shot yang menjadi best seller di Dhapu Koffie. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh

“ menurut saya pribadi saya itu bisa dibilang memilih dhapu koffie sebagai tempat nongkrong favorit aku karena di dhapu koffie ada kopi favorit saya yang ciri khasnya tidak saya temukan di cafe manapun karena setiap masing-masing cafe memiliki ciri khas kopi nya masing-masing dan di dhapu koffie ini lah saya bisa menikmati kopi kesukaan saya yaitu kopi sanger” (11 Januari 2021)

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwa salah satu motif tujuan pengunjung Dhapu Koffie adalah untuk menikmati makanan dan minuman khas Acehnya yang dimana makanan yang menjadi best seller pengunjung itu adalah mie Aceh sedangkan untuk minumannya pengunjung Dhapu Koffie lebih memesan kopi khas Acehnya seperti Kopi Sanger.

i. Fasilitas

Fasilitas merupakan alat atau segala sesuatu yang di penggunaan untuk mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau pekerjaan. Di Dhapu Koffie ini memiliki beragam fasilitas seperti banyaknya pilahan Ruangan, adanya *wifi*, dan yang lainnya.

Tidak bisa di pungkiri bagi sebagian remaja dan mahasiswa/i selalu mencari dimana tempat yang menyediakan *free wifi*, ditambah lagi jika suatu tempat itu menyediakan kapasitas kecepatan *wifi* yang cukup baik dan itu menjadikan kelebihan dari tempat itu yang membuat ramai pengunjung. Terlebih lagi jika akhir bulan bagi mahasiswa/i yang anak perantauan senang sekali nongkrong di *cafe* walaupun kebanyakan dari mereka hanya memesan satu minuman tetapi nongkrong berjam-jam. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa motif tujuan pengunjung mengunjungi Dhapu Koffie itu karena Fasilitasnya. Yang dimana fasilitasnya terdiri dari AC, banyaknya pilihan ruangan, terdapat ruangan *smoking area*, ruangan *out door*, dan terdapat *free Wifi* yang lumayan kencang. Seperti yang di ungkapkan Julian

bahwa tujuan dia ke Dhapu Koffie itu untuk menikmati *wifi* untuk bermain *game*. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Julian:

“saya kesini itu ingin menikmati makanannya, tetapi yang menjadi alasan utama saya itu adalah ingin menikmati wifinya untuk bermain *game* PUBG” (11 Januari 2021).

Hal senada yang di sampaikan oleh informan Syarif Mahasiswa STP semester 8 yang berusia 24 Tahun bahwa alasan dia ke Dhapu Koffie itu untuk menikmati Wifinya. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Syarif:

“aku kalau nongkrong tu wajib cari tempat yang ada *wifi*, tapi di Dhapu ini sih yang menurut aku nyaman dari berbagai hal, makanan enak, minuman enak, *wifi* kencang untuk buka apapun, *download* pun kuat ih mantap lah pokoknya mangkanya fasilitas ini yang bikin aku tertarik mengunjungi Dhapu Koffie” (12 Januari 2021).

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan motif pengunjung mengunjungi Dhapu Koffie itu karena fasilitasnya yang lengkap seperti banyaknya pilihan ruangnya, ada ruangan *smoking area* dan *no smoking area*, *indoor* dan *outdoor*, *Ac*, dan *wifinya* yang kencang.

C. Pembahasan Penelitian

1. Motif Sebab (*Because of Motive*)Pengunjung Dhapu Koffie di Pekanbaru

a. Hubungan dengan Lingkungan Sosial

1) Di Ajak Teman-Teman

Nongkrong di Dhapu Koffie karena di ajak teman-teman merupakan salah satu faktor pengunjung mengunjungi Dhapu Koffie.

Dari hasil obserasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa pengunjung Dhapu Koffie itu mengunjungi Dhapu Koffie karena di ajak teman-teman untuk nongkrong.

b. Bosan

Bosan merupakan salah satu faktor penyebab pengununjung mengunjungi Dhapu Koffie, karena dari kepadatan tugas kuliah online, membuat pengununjung menugunjung Dhapu Koffie

Dari hasil obserasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa pengununjung Dhapu Koffie mengunjungi Dhapu Koffie di karenakan mereka merasa bosan.

c. Lokasi Dekat

Lokasi dekat merupakan salah satu faktor penyebab pengununjung mengunjungi Dhapu Koffie, karena lokasi kampus dekat dari Dhapu Koffie, sambil menunggu jadwal kuliah selanjutnya mereka mengunjungi Dhapu Koffie.

Dari hasil obserasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa pengunjung Dhapu Koffie mengunjungi Dhapu Koffie di karenakan lokasi Dhapu Koffie dekat dari kampusnya.

2. **Motif Tujuan (*In Order to Motive*)Pengunjung Dhapu Koffie di Pekanbaru**

a. **Motif Tujuan Sosial**

1) Mencari kenalan Baru

Keinginan mencari kenalan baru merupakan tujuan salah satu informan untuk mengunjungi Dhapu Koffie.Keberadaan pengunjung tersebut di Dhapu Koffie memberi kesempatan bagi pengunjung tersebut untuk mencari kenalan baru.

Dari hasil obserasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa pengunjung Dhapu Koffie tidak hanya berkumpul dengan teman-teman tetapi di samping itu mereka mencari kenalan baru.

b. **Berkumpul Bersama Teman-Teman**

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Faktor sosial menjadi salah faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong di Dhapu Koffie.Faktor sosial yang ditemukan dalam penelitian ini adalah berkunjung ke Dhapu Koffie menjadi salah satu motif karena mahasiswa bertemu dan berkumpul serta berbagi cerita dengan teman-temannya. Dari sepuluh informan menyatakan bahwa faktor berkumpul menjadi

salah satu daya tarik mereka mengunjungi Dhapu Koffie. Disana mereka bercerita, bercengkrama.

Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan peneliti bahwa pengunjung Dhapu Koffie mengunjungi Dhapu Koffie berlandaskan faktor sosial yaitu berkumpul bersamatemannya.

2) Harga Murah

Hasil obserasi dan wawancara Harga murah menjadi salah satu faktor yang menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk mengunjungi Dhapu Koffie. Faktor penyebab mahasiswa mengunjungi Dhapu Koffie ditemukan dalam penelitian ini adalah harga menu makanan dan minumannya murah menjadi salah satu motif mahasiswa untuk menngunjungi Dhapu Koffie karena mahasiswa tidak perlu repot-repot untuk mencari makanana dan minuman khas Aceh yang enak sesuai dengan standar keuangan mahasiswa. Di Dhapu Koffie inilah salah satu alasan mahasiswa untuk datang ke café ini harga harganya relatif murah.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa faktor pengunjung mengunjungi Dhapu Koffie bukan karena sekedar untuk berkumpul saja tetapi di Dhapu Koffie ini harganya relatif murah cocok untuk kantong mahasiswa.

3) Tempatnya Bagus dan Nyaman

Banyak dari masyarakat ataupun lingkungan awam yang menilai untuk hal pertama pada suatu tempat, mulai dari tempat wisata maupun tempat tongkrongan yang biasa disebut *cafe* selalu memilih dan melihat dari tempatnya dan kenyamanan tempat tersebut. Ada berbagai macam alasan salah satunya, jika tempat itu bagus berarti ada beberapa *spot* dari lokasi *cafe* itu yang bisa dijadikan *background* untuk para pengunjung berfoto ria, lingkungan *cafe* yang nyaman itu dinilai dari hal kecil, bisa dari ruangan yang *full AC, free wifi*.

Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa mereka kesini karena tempatnya bagus, nyaman, dan cocok untuk background foto. Dhapu Koffie juga memiliki konsep *cafe* yang modern.

4) Hiburan (*Live Music*)

Hiburan adalah segala sesuatu yang mampu menjadi penghibur dan pelipur hati. Padatnya aktivitas manusia saat ini menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan mereka. Hiburan pada umumnya dapat berupa film, musik, buku, bahkan sampai olahraga. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa informan ini mengunjungi Dhapu Koffie untuk mencari hiburan seperti *live musicnya* karena di Dhapu Koffie ini menampilkan *live music* nya 4x dalam seminggu yaitu pada hari Kamis sampai Minggu. Sedangkan di tempat lain itu hanya di hari Sabtu.

5) Pelayanan

Disuatu tempat dimana-mana pelayanan itu paling utama, apalagi kalau mengunjungi suatu tempat seperti cafe. Dimana-mana cafe itu ada sebagian pelayanan yang kurang bagus, tetapi di Dhapu Koffie pelayanannya berbeda dari yang lain. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa penyebab informan mengunjungi Dhapu Koffie karena pelayanannya bagus sesuai dengan SOP dan antara konsumen dan pelayan Dhapu Koffie sudah seperti keluarga.

6) Membuat Tugas

Dalam mengerjakan tugas kita pasti membutuhkan suatu tempat yang nyaman untuk mencari referensi. Ini berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan yang mengunjungi Dhapu Koffie karena mau mengerjakan tugas karena di Dhapu Koffie ini tempatnya nyaman untuk mengerjakan tugas. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa tujuan mereka untuk mengunjungi Dhapu Koffie untuk mengerjakan tugas karena disana nyaman ada ruangan khususnya dan ber Ac membuat nyaman untuk membuat tugas.

7) Mencicipi Makanan dan Minuman

Pekanbaru terkenal dengan masyarakat yang pecinta kuliner. Ditambah lagi sedang maraknya tempat kuliner atau disebut cafe menjadi salah satu daya tarik masyarakat atau anak muda zaman sekarang untuk lebih terlihat *gaul*.

Salah satu yang menjadi nilai penting yaitu dari rasa dan kualitas makanan dan minuman, di Dhapu Koffie sendiri pelanggan tetap sudah tau harus memilih menu makanan dan minuman apa. Di Dhapu Koffie terkenal dengan kopi khas Aceh yang dimana kopinya berasal dari aceh dan baristanya pun berasal dari Aceh, saya tertarik dengan kopi sanger salah satu yang best seller dan makanannya yang best seller tu seperti mie Aceh. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa mereka mengunjungi Dhapu Koffie karena masakan khas Aceh seperti mie Aceh dan ingin menikmati kopi khas Aceh di Dhapu Koffie terutama kopi sanger.

8) Fasilitas

Tidak bisa di pungkiri bagi sebagian remaja dan mahasiswa/i selalu mencari dimana tempat yang menyediakan *free wifi*, ditambah lagi jika suatu tempat itu menyediakan kapasitas kecepatan *wifi* yang cukup baik dan itu menjadikan kelebihan dari tempat itu yang membuat ramai pengunjung. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa tujuannya ke Dhapu Koffie untuk menikmati *wifi* untuk mendownload ataupun bermain game.

3. Perbedaan Informan Pria dan Informan Wanita

Dari sekian banyak motif informan dominannya adalah pada motif social. Motif sosial adalah motif yang menunjukkan yang ingin dicapai dengan interaksi dengan orang lain yang dimana motif sosial ini menyebabkan atau yang menjadi alasan mahasiswa untuk nongkrong atau berkumpul bersama teman-

teman untuk saling berinteraksi atau berbagi cerita, informasi dan sambil bercengkrama.

Sementara hasil penelitian penulis terdapat perbedaan antara because motive dan in order to motive pria dan wanita. *Because motive* wanita lebih dominan ke tempat yang nyaman dan bagus untuk berkumpul bersama teman-teman sedangkan untuk yang *in order to motive* wanita itu lebih dominan ke mencicipi makanan, terutama makanan khas Aceh yaitu Mie Aceh.

Because motive pria lebih dominan ke berkumpul bersama teman-teman sedang untuk *in order to motive* pria itu lebih dominan ke menikmati *wifi* untuk bermain *game*.

Tabel 4.3
Perbedaan Because Motive dan In Order To Motive (Pria dan Wanita)

Because Motive Wanita	In Order To Motive Wanita	Because Motive Pria	In Order To Motive Pria
di ajak teman-teman	Berkumpul bersama teman-teman	Di ajak teman-teman	Berkumpul bersama teman-teman
Bosan	Hiburan (<i>live music</i>)	Lokasi Dekat	Menikmati Wifi
Lokasi Dekat	Membuat Tugas	Bosan	Hiburan

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat perbedaan *t motif* dan *in order to motif* pria dan wanita.

BAB V

PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa kesimpulan dan saran yang telah ditemukan oleh peneliti.

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas tentang Motif Pengunjung di Dhapu Koffie Pekanbaru, maka diperoleh kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

Dari hasil wawancara bersama informan, peneliti menemukan bahwa faktor-faktor motif sebab (*because of motive*) yang memengaruhi para pengunjung untuk mengunjungi Dhapu Koffie adalah karena Hubungan dengan lingkungan sosial (berkumpul bersama teman-teman), harga murah, tempat bagus dan nyaman, hiburan, pelayanan. Serta motif tujuan (*In order to motive*) para pengunjung mengunjungi Dhapu Koffie adalah Motif tujuan sosial (mencari kenalan baru), mencicipi makanan dan minuman, membuat tugas dan fasilitas.

Secara umum, dari penelitian di atas bahwa *because motif* yang lebih dominan itu ialah, berkumpul bersama teman-teman, ekonomi dan hiburannya. Sedangkan *in order to motive* nya yaitu makanan atau minumannya dan fasilitas yang di sediakan oleh pihak Dhapu Koffie.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian kedepan yang sejenis selanjutnya, adapula yang menjadi saran bagi peneliti adalah diharapkan untuk pelanggan tetap Dhapu Koffie tetap senantiasa memberikan saran dan masukan agar kedepannya Dhapu Koffie lebih berkembang lagi. Untuk kedepannya juga saran peneliti kepada pelanggan tetap untuk selalu memperhatikan pengeluaran pribadi mereka agar tetap terkontrol sedemikian rupa.

Bagi pihak Dhapu Koffie diharapkan tetap mempertahankan kualitas dari *cafe* mereka agar selalu menjadi contoh dan acuan bagi *cafe* lainnya. Karena seluruh informan peneliti sangat banyak berminat dan tetap setia pada Dhapu Koffie di tengah maraknya dan melebar luasnya *cafe* yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adian, Donny Gahral. 2010. *Pengantar Fenomenologi*. Jakarta :Koekoesa
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Kencana: Jakarta
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pres: Jakarta
- Effendi, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pres: Jakarta
- Flaherty, Michael G, 2012. *“Fenomenologi” dalam Teori Sosial dari Klasik sampai Postmodern*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. PT. Bumi Akasara: Jakarta
- Haryanto, Sindung. 2016. *Spektrum Teori Sosial*. Cetakan Ketiga. Ar-Ruzz Media: Jogjakarta
- Helmi, Syahfizar. 2010. *Analisis Data: untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Kusupress: Medan
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Istijianto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Gramedia: Jakarta
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Widya Padjajaran: Bandung
- Liliwery, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana: Jakarta

Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya

Morissan.2013. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Kencana: Jakarta

_____ 2014. *Metode Penelitian Survei*. Kencana: Jakarta

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati.2019. *Metodelogi Penelitian Sosial. Media Sahabat Cedikia*: Surabaya

Sobur, Alex. 2014. *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Remaja Rosdakarya: Bandung

Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-Ruzz: Jogjakarta

Tamburaka, Apriyadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta

Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar. 2011. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara: Jakarta

Skripsi

Reznu, Firsyawardana M. 2019. Motif Pengunjung dan Perilaku Komunikasi di Kedai Kopi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pengunjung Kedai Kopi Bertopi Solo). *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret: Surakarta

Jurnal

Elza, Putri. 2015. Kontruksi Makna Media Sosial Ask. Fm bagi Pengguna di Kota Pekanbaru. *Jurnal Fisip*. 2 (2): 3

Internet

<https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>. Di akses 15 September 2020

<https://kumparan.com/kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia>. Di akses pada 23 September 2020

<https://www.artikata.com/arti-369327-pengunjung.html>. Di akses pada tanggal 23 September 2020

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>. Di akses pada 23 September 2020

<https://www.coursehero.com/file/16351927/BA/>. Di akses pada 23 September 2020.

