

**EFEKTIVITAS *COFFEE SHOP* SEBAGAI ARENA DISKUSI PUBLIK  
DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana dan Ilmu Informasi**



**CHIKA AULYA QHISTY  
NIM. 2019/19234064**

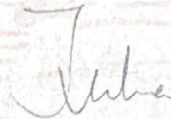
**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN ILMU INFORMASI  
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING  
SKRIPSI

Judul : Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang  
Nama : Chika Aulya Qhistry  
NIM : 19234064  
Program Studi : Perpustakaan dan Ilmu Informasi  
Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan  
Fakultas : Bahasa dan Seni

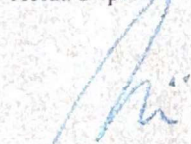
Padang, Juni 2024

Disetujui oleh Pembimbing,



Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom  
NIP. 199108092019032019

Ketua Departemen,



Dr. Marlina, S.IPl., MLIS  
NIP. 198102102009122005

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Chika Aulya Qhistry

NIM : 19234064

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di hadapan Tim Penguji  
Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi  
Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan  
Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang  
dengan judul

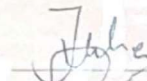


**Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang**

Padang, Juni 2024

### Tim Penguji:

1. Ketua : Jeihan Nabila, S.IIP.,M.I.Kom
2. Anggota : Dr. Ardoni, M.Si.
3. Anggota : Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom

### Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya sampaikan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi dengan judul “Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi di Kota Padang” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya;
2. Karya tulis ini murni gagasan, penelitian dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali dari arah pembimbing;
3. Dalam karya ini, tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan pada daftar kepustakaan;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padang, Juni 2024

Saya yang menyatakan



Chika Aulya Qhistry  
NIM. 19234064

**Chika Aulya Qhistry, 2024. Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas *Coffee Shop* sebagai arena diskusi publik di Kota Padang. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan metode deskriptif. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode sampling non-random yang digunakan dalam penelitian dengan menetapkan karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk memilih sampel, sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Coffee Shop* efektif untuk dijadikan tempat untuk melakukan *workshop*, karena fasilitas dan suasana yang mendukung kegiatan tersebut. Fasilitas seperti meja yang cukup besar, koneksi internet yang stabil, dan suasana yang santai membuat *Coffee Shop* menjadi pilihan yang tepat untuk kegiatan ini. Dengan adanya kemudahan akses dan suasana yang inspiratif, peserta *workshop* dapat merasa lebih nyaman dan terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan pembelajaran dan berbagi ide. Hal ini menunjukkan bahwa *Coffee Shop* tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang yang dinamis untuk pertukaran gagasan dan pembelajaran kolaboratif.

**Kata Kunci :** *Efektivitas, Coffee Shop, Arena Diskusi Publik*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I) pada Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan motivasi yang telah diberikan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada (1) Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing (2) Dr. Ardoni, M.Si. selaku Dosen Penguji I, (3) Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji II, (4) Dr. Marlina, S.IPI., MLIS selaku Ketua Prodi Perpustakaan dan Ilmu Informasi dan Kepala Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, dan (5) Seluruh informan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk kesempurnaan tulisan yang akan datang. Jadi, diharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis sangat berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Juni 2024

Chika Aulya Qhist

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Perumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Definisi Operasional .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1. Informasi .....	10
2. Pertukaran Informasi .....	12
3. <i>Coffee Shop</i> .....	14
4. Arena Diskusi Publik.....	16
5. Teori Habermas .....	22

B. Penelitian Relevan .....	24
C. Kerangka Konseptual .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	29
B. Metode Penelitian .....	29
C. Latar, Entri, Kehadiran Penelitian .....	30
D. Informan .....	31
E. Instrumentasi .....	32
F. Teknik Pengumpulan Data .....	33
G. Teknik Pengabsahan Data .....	34
H. Teknik Penganalisan Data.....	34

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Temuan Penelitian .....	36
B. Pembahasan .....	45

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>
-----------------------	-----------



## DAFTAR BAGAN

	<b>Halaman</b>
Bagan 1.....	28

## DAFTAR TABEL

Tabel Informan.....	32
---------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Informasi merupakan hal yang sangat mendasar yang sangat diperlukan oleh suatu kegiatan dalam pengambilan suatu keputusan agar tidak terjadi kesalahan. Informasi juga dapat diartikan sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerima informasi (Bank Indonesia, 2020). Informasi merupakan elemen yang seringkali dapat diakses oleh siapa pun, di mana pun, dan kapan pun. Bagi sebagian orang, informasi menjadi sesuatu yang sangat penting dan dibutuhkan. Informasi itu sendiri berasal dari data yang telah diolah sehingga membentuk bentuk yang lebih bermanfaat dan relevan bagi penerimanya. Informasi memiliki beragam sumber, termasuk data yang terdokumentasi baik dalam bentuk cetak maupun tidak, serta dapat tersimpan dalam berbagai media.

Dalam kehidupan sehari-hari, peran informasi sangat signifikan, karena mampu membantu kita dalam mendapatkan pengetahuan yang sedang dicari. Dengan demikian, informasi menjadi alat yang berharga untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam berbagai aspek kehidupan (Ratih Kemala Dewi Komariah, (2014). Informasi salah satunya didapatkan dari kegiatan bisnis, Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan secara berkelanjutan, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, pemasaran, distribusi, hingga sampai pada konsumen dalam bentuk barang atau jasa, dengan tujuan memperoleh keuntungan dan manfaat. Dalam konteks bisnis, terdapat dua unsur utama yang tak terpisahkan, yaitu subjek dan objek. Subjek bisnis mencakup berbagai pelaku seperti

pemerintah, pemilik perusahaan, pemegang saham, manajer, karyawan, produsen, pemasok, distributor, masyarakat, dan konsumen. Sementara itu, objek bisnis merujuk pada barang dan jasa yang menjadi fokus pelaku bisnis.

Untuk mendukung kelangsungan bisnis, beberapa aspek penting seperti keuangan, manajerial, dan etika perlu diperhatikan. Etika memainkan peran krusial dalam dunia bisnis, karena bisnis melibatkan tanggung jawab moral dalam pelaksanaannya. Praktik bisnis yang dilandasi etika memastikan bahwa kegiatan bisnis dilakukan dengan kontrol moral yang baik, sehingga mencapai tujuan utama bisnis tanpa merugikan pihak lain. Bisnis yang tidak mengindahkan etika dapat mengakibatkan praktik bisnis yang tidak terkendali dan merugikan tujuan bisnis itu sendiri. Penerapan etika dalam praktik bisnis harus sesuai dengan tuntutan kebutuhan dunia bisnis, di mana individu diharapkan melaksanakan ajaran moral tertentu karena menyadari bahwa hal tersebut bermanfaat dan baik, baik bagi dirinya maupun orang lain (Rafkey, 2016).

Menurut (Lomboan et al., 2020), Salah satu hal yang dapat dilakukan agar masyarakat bisa melakukan interaksi adalah dengan pergi ke *Coffee Shop*. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menjalani kehidupannya, termasuk aktivitas, minat, pendapat, dan persepsi tentang diri mereka, yang selalu berubah seiring perkembangan zaman. Ini berarti bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk mengatur hidup mereka sesuai dengan rencana mereka, baik dengan mengikuti tren yang ada atau menyesuaikannya dengan kemampuan dan preferensi pribadi mereka. Perubahan dalam gaya hidup, pola konsumsi, dan cara berinteraksi dengan lingkungan sekitar menjadi hal yang menarik bagi seseorang

ketika memilih tempat seperti kafe atau kedai yang sedang populer. Masyarakat merasa bahwa saat ini *Coffee Shop* sebagai suatu tempat bagi mereka untuk bisa memenuhi kebutuhan mereka untuk mengekspresikan diri. Gaya hidup memiliki dampak besar pada keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop*.

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan oleh merebaknya fenomena baru dengan munculnya virus baru, yaitu *Coronavirus Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2), yang menyebabkan penyakit yang dikenal sebagai *Coronavirus Disease 2019* atau COVID-19. Dampak pandemi COVID-19 terutama dirasakan dalam sektor perekonomian Indonesia. Pandemi ini memberikan dampak besar terhadap perekonomian Indonesia, dengan setidaknya tiga masalah utama yang muncul (Azarin, 2021). *Pertama*, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta sektor informal, yang merupakan tulang punggung ekonomi nasional, mengalami tekanan besar.

*Kedua*, ketidakpastian yang diakibatkan oleh pandemi ini juga berdampak pada tingkat investasi. Perusahaan dan individu yang berencana untuk melakukan investasi atau sedang dalam proses investasi terhenti akibat ketidakpastian yang diakibatkan oleh COVID-19. *Ketiga*, karena pelemahan ekonomi global akibat pandemi, kinerja ekspor Indonesia juga terpukul. Penurunan ini berdampak pada basis ekonomi Indonesia yang sangat bergantung pada sektor ekspor.

Sebagai langkah dalam penanganan pandemi COVID-19, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan No 9 tahun 2020 yang merinci panduan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai kelanjutan dari Peraturan Pemerintah No 21 tahun 2020 mengenai PSBB. Keberhasilan kebijakan ini sangat

bergantung pada kontribusi masyarakat, membutuhkan kesadaran kolektif agar peraturan diikuti dengan baik untuk memutus mata rantai penyebaran COVID-19 dan melindungi masyarakat dari risiko penularan virus. Upaya ini diarahkan untuk mencegah dan menangkal perpindahan virus dari satu wilayah ke wilayah lainnya (Adam et al., 2021).

Meskipun ekonomi dan dunia usaha menghadapi tantangan yang serius selama pandemi COVID-19, terjadi pergeseran signifikan dengan diperkenalkannya kebijakan *New Normal fase* pertama di tanggal 01 Juni 2020 . Pada masa ini, terlihat perkembangan positif, terutama dalam sektor usaha minuman kopi. Awalnya, pada periode sebelum *New Normal*, *Coffee Shop* mengalami dampak negatif secara ekonomi akibat pandemi. Namun, seiring berjalannya waktu dan memasuki era *New Normal* hingga fase terakhir atau ke lima pada tanggal 20-27 Juli 2020, terjadi pertumbuhan yang pesat, terutama di berbagai daerah perkotaan. Sejumlah *Coffee Shop* bahkan memanfaatkan momentum *New Normal* untuk memulai usahanya. Fenomena bisnis *Coffee Shop* ini berkembang dengan cepat di tengah era *New Normal* COVID-19. Di Kota Padang, meskipun usaha *Coffee Shop* sempat meredup selama pandemi, kembali bangkit setelah memasuki era *New Normal* (Wacono et al., 2021).

Ini disebabkan oleh keinginan umum individu untuk selalu mengikuti tren gaya hidup terbaru, agar terlihat modis dan tidak ketinggalan zaman. Biasanya, individu akan mencari informasi untuk menentukan apa yang sesuai dengan gaya hidup mereka, terutama dalam konteks *Coffee Shop*. Setelah mereka mendapatkan informasi dan merasa cocok, mereka akan berusaha mengikuti tren ini dengan

menikmati kopi dan berpartisipasi dalam forum diskusi di *Coffee Shop* yang sedang populer.

Meskipun kehilangan semangat akibat pandemi, *Coffee Shop* di Kota Padang mulai berkembang pesat setelah diberlakukan kebijakan New Normal. Meskipun menerapkan protokol kesehatan dan jam buka terbatas, kebijakan ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk kembali bersosialisasi setelah mengalami *lockdown* dan berdiam diri di rumah selama beberapa waktu. Dengan adanya kebijakan *New Normal*, tampaknya masyarakat mencari tempat untuk bersantai dengan teman setelah mengalami periode *lockdown* yang panjang. Ini menciptakan peluang baru bagi usaha *Coffee Shop* dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian di tengah-tengah perubahan kebijakan dan adaptasi terhadap kondisi pandemi (Azarin, 2021).

Inilah yang mengarahkan mereka menuju *Coffee Shop* yang ada di Kota Padang. Mereka bisa mengungkapkan keinginan mereka, memberikan kritik, dan seiring berjalannya waktu, *Coffee Shop* tersebut pun menjadi tempat umum di mana orang-orang bisa bebas berbicara, berpendapat, dan menghargai pendapat orang lain dalam kerangka sistem pemerintahan kota yang demokratis. Sementara itu, sebagai ruang *Coffee Shop* menjadi tempat di mana interaksi dan komunikasi antara pengunjung, pemilik, bahkan pelayan dapat muncul dan berkembang. Akhirnya, *Coffee Shop* menjadi sebuah ruang publik yang sebenarnya, baik dalam aspek fisik maupun non-fisik (Igiyasi, 2017).

Dari aspek budaya yang mempengaruhi kehidupan sosial adalah gaya hidup masyarakat yang akhir – akhir ini sering pergi ke *Coffee Shop*. Bagi masyarakat

modern, singgah di *Coffee Shop* sudah menjadi sebuah kebutuhan dan kebiasaan yang umum. Ini adalah cara untuk bersantai atau mencari hiburan saat menjalani rutinitas yang sibuk. Duduk sejenak dan menikmati secangkir kopi memberikan pengalaman yang istimewa. Berbicara dengan teman-teman atau rekan bisnis terasa lebih santai dan hangat di lingkungan seperti ini. Saat ini, banyak orang yang memilih untuk mengadakan pertemuan di *Coffee Shop* karena suasana yang lebih santai dan representatif daripada pertemuan di kantor.

*Coffee Shop* telah menjadi sebuah fenomena menarik di beberapa kota besar seperti Padang. Mereka menjadi tempat umum di mana orang dari berbagai lapisan masyarakat dapat bertemu, berdiskusi, dan menghasilkan banyak ide. Meskipun *Coffee Shop* pada awalnya hanya dikunjungi oleh kaum pria, mereka membuktikan bahwa berkumpul dan berbicara bukanlah hak prerogatif kaumwanita. Bahkan sejak zaman Yunani dan Romawi, kaum pria selalu suka berkumpul dan membentuk kelompok sesuai dengan minat mereka, yang kemudian dikenal sebagai klub (Irwanti, 2017).

Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2022 terdapat 204 *Coffee Shop* yang telah memiliki surat izin usaha diantaranya adalah *Vier Coffee and Eatery* yang berada di Jl. Batang Kasang, Alai Parak Kopi, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Selanjutnya *Rimbun Espresso & Brew Bar* di' Jl. KIS. Mangunsarkoro, JatiBaru, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat 25129 dan *Tede Coffee* Jl. S. Parman No.155 A, Ulak Karang Sel., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat.

Pada wawancara awal tanggal 31 Oktober 2023, penulis mewawancarai



beberapa pengunjung di *Coffee Shop* dengan tujuan mendalami pemahaman mereka tentang mengapa memilih *Coffee Shop* sebagai tempat ruang sosial atau ruang publik untuk mereka singgahi dengan teman – teman atau rekan kerjasebagai tempat mendiskusikan suatu pekerjaan atau hanya untuk sekedar berbagi cerita pengalaman hidup. Menurut pendapat ke enam pengunjung *Coffee Shop* ini tidak jauh berbeda, mereka berpendapat bahwa *Coffee Shop* pada dasarnya adalah tempat umum yang dapat digunakan oleh semua orang dengan bebas, selama tidak melanggar peraturan dan norma sosial yang berlaku. Tempat ini bisa dimanfaatkan oleh siapa saja untuk berkumpul, berdiskusi, menyampaikan pendapat, dan kegiatan lainnya. Awalnya, *Coffee Shop* digunakan sebagai tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang saat merasa lelah, namun sekarang berfungsi sebagai tempat berbagai kegiatan. *Coffee Shop* telah berubah menjadi lokasi pertemuan antara penjual dan pembeli, tempat negosiasi bagi pebisnis, tempat rapat, ruang belajar bagi pelajar dan mahasiswa, bahkan menjadi tempat untuk menyelenggarakan *Workshop*.

Dengan adanya fenomena tersebut, penulis menggunakan Teori Habermas untuk mengetahui tujuan dari ruang publik kalangan pengunjung di Vier *Coffee and Eatery*, Rimbun *Espresso & Brew Bar* , dan Tede *Coffee*, karena teori ini memiliki capaian pada informasi yang relevan sesuai dengan tujuan bagaimana peran *Coffee Shop* terhadap ruang publik pada pengunjung. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat topik penelitian dengan judul “Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang”.

Sebagai pembandingan, penelitian ini membandingkan teori habermas dengan teori Carmona 2003, Ruang publik merupakan area yang memfasilitasi berbagai kegiatan masyarakat, termasuk interaksi sosial, meningkatkan perekonomian, dan pagelaran seni. Keterlibatan masyarakat dari latar belakang yang beragam, seperti sosial, ekonomi, etnis, dan pendidikan, menjadikan ruang publik menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi. Taman pusat kota sering menjadi tujuan populer bagi warga kota karena lokasinya yang strategis. Jenis ruang publik dapat bervariasi, termasuk taman, tempat bermain, jalan, atau ruang terbuka lainnya, yang memfasilitasi aktivitas publik baik yang bersifat fungsional maupun hiburan. Ruang publik memainkan peran penting dalam kehidupan perkotaan, dimana mereka dapat diakses oleh siapa pun tanpa pembatasan kepemilikan pribadi. Namun, pengelolaan yang tepat diperlukan untuk memastikan bahwa penggunaan ruang publik tetap sesuai dengan kebutuhan dan toleransi masyarakat yang menggunakannya. Ruang publik ditandai oleh tiga hal yaitu Responsif dalam arti ruang publik harus dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas, Demokratis berarti ruang publik seharusnya dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi dan budaya serta aksesibilitas bagi berbagai kondisi fisik manusia, Bermakna yang berarti ruang publik harus memiliki tautan antara manusia, ruang, dunia luas dan konteks sosial.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka dapat disimpulkan masalah sebagai berikut, (1) masyarakat merasa bahwa saat ini *Coffee Shop* sebagai suatu tempat bagi mereka untuk bisa memenuhi kebutuhan mereka untuk

mengekspresikan diri dalam bertukar informasi, (2) masyarakat modern beranggapan singgah di *Coffee Shop* sudah menjadi sebuah kebutuhan dan kebiasaan yang umum yang dapat menggantikan posisi kantor sebagai tempat pertukaran informasi.

### **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah perlu dilakukan karena adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti, khususnya tenaga, waktu, serta kemampuan teoritik yang relelevan dengan penelitian. Untuk mempermudah dalam proses kegiatan penelitian ini, serta dapat menjawab permasalahan secara sistematis dan terarah, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun masalah yang diteliti oleh peneliti agar tidak jauh dari topik yang diteliti yaitu : “Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang”.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dibahas pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan

pengetahuan tentang ruang publik sebagai pertukaran informasi di era digital.

2. Secara praktis, penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yaitu : (a) bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman mengenai Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang. (b) bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca yang mengangkat tema yang sama dengan sudut pandang yang berbeda.

### **G. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahan dalam memenuhi penelitian ini, maka penelitian menetapkan batasan istilah penelitian ini menjadi 3 bagian yaitu (1) Efektivitas adalah kemampuan untuk mencapai hasil yang diinginkan atau menghasilkan keluaran sesuai harapan, (2) *Coffee Shop* atau juga bisa disebut *Coffee Shop* merupakan istilah bagi seseorang untuk menamai sebuah tempat usaha yang tidak hanya menjual kopi, tapi juga berbagai macam minuman panas atau dingin, (3) Ruang Publik adalah area ataupun tempat dimana suatu masyarakat atau komunitas dapat berkumpul untuk meraih tujuan yang sama dan berbagi cerita mengenai permasalahan baik pribadi maupun kelompok.