

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

Chika Auliya Qhistya¹, Jeiha Nabila, S.I.P., M.I.Kom²
^{1,2}Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang
¹Chikaauliaq@gmail.com, ²Jeiha@fbs.unp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of coffee shops as arenas for public discussion in Padang City. This research is qualitative in nature, employing a descriptive method. The technique used for selecting informants is purposive sampling, a non-random sampling method used in research by setting specific characteristics that align with the research objectives to choose the sample, thereby providing answers to the research problems. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. This study uses source triangulation to ensure the validity of the data obtained from various information sources. The results of this study indicate that (1) Coffee shops are effective places for holding workshops due to their supportive facilities and ambiance. Facilities such as sufficiently large tables, stable internet connections, and a relaxed atmosphere make coffee shops an ideal choice for such activities. (2) Visitors prefer coffee shops that have a quiet atmosphere and provide complete facilities such as Wi-Fi, power outlets, and adequate space for discussions. Comfort is a major consideration for visitors when choosing a coffee shop as a place for discussions. Additionally, noise management and good layout are also important factors in enhancing the comfort and effectiveness of discussions in coffee shops. Minimal noise allows discussion participants to communicate clearly and effectively. A good layout, such as the arrangement of tables and chairs that supports interaction among participants, also adds value, making coffee shops ideal places for public discussions. Thus, coffee shops in Padang City not only serve as places to enjoy coffee but also as public spaces that support various intellectual and social activities. This study provides new insights into the role of coffee shops in urban community life and their potential development as effective public discussion spaces.

Keyword: Effectiveness, Coffee Shop, Public Discussion Arena

ABSTRAK

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 wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *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. (2) Pengunjung lebih memilih *coffee shop* yang memiliki suasana tenang dan menyediakan fasilitas lengkap seperti Wi-Fi, colokan listrik, dan ruang yang cukup untuk berdiskusi. Faktor kenyamanan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi pengunjung dalam memilih *coffee shop* sebagai tempat diskusi. Selain itu, pengelolaan kebisingan dan tata letak yang baik juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan dan efektivitas diskusi di *Coffee shop*. Kebisingan yang minim memungkinkan peserta diskusi untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif. Tata letak yang baik, seperti penataan meja dan kursi yang mendukung interaksi antar peserta, juga menjadi nilai tambah yang membuat *coffee shop* menjadi tempat yang ideal untuk diskusi publik. Dengan demikian, *Coffee Shop* di Kota Padang tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang publik yang mendukung berbagai kegiatan intelektual dan sosial. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai peran *coffee shop* dalam kehidupan masyarakat kota dan potensi pengembangannya sebagai ruang diskusi publik yang efektif.

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

A. Pendahuluan

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 berbisnis, 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.

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.

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 kaum wanita. 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).

B. Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Tujuan dari metode deskriptif adalah memberikan gambaran, penjelasan, dan validasi terkait dengan fenomena yang sedang menjadi fokus penelitian (Priadana, n.d. (2021). Melalui metode ini, penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan fakta-fakta yang terkait dengan subjek dan objek penelitian secara tepat dan rinci. Pendekatan deskriptif mendorong peneliti untuk memaparkan informasi dengan jelas, tanpa melakukan interpretasi atau analisis yang mendalam. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan keadaan aktual dari fenomena yang

sedang diteliti yaitu mendeskripsikan bagaimana Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini akan diuraikan mengenai Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara untuk mendeskripsikan data yang peneliti peroleh dari informan untuk data lapangan dan peneliti melakukan pendekatan langsung dengan mendatangi tempat penelitian secara langsung.

Hasil dari penelitian ini mengkaji beberapa sub bab pembahasan yaitu: 1) temuan penelitian, 2) pembahasan mengenai Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang.

Temuan penelitian mengenai Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang merupakan temuan yang muncul ketika peneliti melakukan penelitian. Informasi yang diperoleh masih dalam bentuk data mentah yaitu jawaban informan. Temuan penelitian ini dipaparkan berdasarkan pertanyaan penelitian sebelumnya yaitu: 1)

terbuka untuk umum; 2) membahas wacana yang belum pernah dibicarakan; 3) Pertemuan individu di dalam ruang publik.

1) Terbuka Untuk Umum, Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan dari penelitian yang menjelaskan bahwa *Coffee Shop* sebagai tempat terbuka untuk umum dengan tidak memandang status sosial, berbagai lapisan masyarakat berkumpul di *Coffee Shop*, memiliki hak dan kebebasan yang sama. Mereka tidak memperdulikan perbedaan status sosial dan mengamalkan prinsip-prinsip kebersamaan hingga kesetaraan sebagai semangat yang memandu setiap pertemuan di antara mereka. Pengunjung *Coffee Shop* sekarang ini tidak hanya berasal dari kalangan atas, melainkan pada saat sekarang ini semua lapisan masyarakat bisa datang ke *Coffee Shop* seperti pegawai, pemilik toko, serta kaum profesional dan masyarakat lainnya pun bisa datang ke *Coffee Shop*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wahyudi, 2019) tentang Efektivitas Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Dan Diseminasi Informasi Kebencanaan Di Kota Banda Aceh didapatkan hasil

temuan yang menunjukkan bahwa komunikasi dan diseminasi informasi kebencanaan di warung kopi sudah dilakukan melalui penyuluhan, sosialisasi, pelatihan, simulasi, kerja sama pengurangan risiko bencana, penggalangan dana, dan diskusi publik terbuka dengan tingkat efektivitas yang cukup efektif, hal ini karena sudah berjalannya komponen komunikasi komunikator dan komunikan dengan baik dan warung kopi sebagai wadah untuk dilakukan pertemuan tanpa memandang status sosial pengunjung.

2) Membahas Wacana yang Belum Pernah dibicarakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada vier coffee beberapa pengunjung mengatakan topik Workshop yang disampaikan bagus dan menarik serta materi dalam Workshop juga tersampaikan dengan baik, dan dengan diadakannya kuis dalam Workshop juga menambah nilai yang bagus dari pengunjung. Kemudian pengunjung mengatakan Workshop tersebut termasuk spesifik karena bertemakan produk kecantikan dan hanya dapat diikuti oleh perempuan saja, namun bisa dari semua kalangan tanpa batas usia. Feedback yang di dapatkan pengunjung Coffee Shop

pada Workshop ini juga sangat bagus, rata-rata pengunjung mengatakan dengan adanya Workshop ini sangat membantu dan bermanfaat bagi mereka, terutama peserta Workshop yang dominan adalah seorang wanita karir yang harus mementingkan kecantikan setiap hari dalam bekerja. Dan dengan adanya Workshop tersebut mereka merasa sangat puas dan banyak mendapat manfaat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sastrawati, 2020) tentang Efektivitas Komunitas Seni Sebagai Strategi Promosi Di Kedai Kopi Gresiknesia didapatkan bahwa Kedai kopi Gresiknesia merupakan wadah kreatif komunitas seni di Gresik yang berupa kedai kopi dibawah naungan Yayasan Gang Sebelah, yang mana sebelum lahir kedai kopi Gresiknesia, ada 2 komunitas seni yakni Gresik Movie dan Sanggar Intra.

3) Pertemuan Individu dalam Ruang Publik. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa pengunjung vier coffee mengatakan pandangan terhadap diadakannya Workshop di Coffee Shop tersebut adalah sebuah ide yang bagus karena dapat mencapai target dari Workshop tersebut yang rata-rata pengunjung

Coffee Shop adalah sebagian besar anak muda. Selanjutnya salah satu pengunjung mengatakan bahwa pengunjung mendapatkan info Workshop tersebut lewat instagram dan langsung mendatangi Coffee Shop untuk mengikuti Workshop.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Olivia, 2022) tentang Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja didapatkan temuan penelitian bahwa kedai kopi sebagai ruang publik bagi kalangan remaja memunculkan terciptanya aktivitas yang dibangun dari kalangan remaja dan mempengaruhi perubahan fungsi dari kedai kopi serta bertemu dengan banyak orang lain yang tidak kenal sebelumnya dengan tujuan yang sama yaitu menghadiri Workshop yang diadakan oleh Coffee Shop tersebut.

D. Kesimpulan

Pada bab ini diperoleh kesimpulan dari penelitian mengenai Efektivitas *Coffee Shop* Sebagai Arena Diskusi Publik di Kota Padang dengan kesimpulan sebagai berikut :

Coffee Shop sebagai tempat terbuka untuk umum dengan tidak

memandang status sosial, berbagai lapisan masyarakat berkumpul di *Coffee Shop*, memiliki hak dan kebebasan yang sama. Mereka tidak memperdulikan perbedaan status sosial dan mengamalkan prinsip-prinsip kebersamaan hingga kesetaraan sebagai semangat yang memandu setiap pertemuan di antara mereka

Melalui *Workshop* ini pengunjung bisa banyak belajar untuk memperbaiki dari kekurangan dari informasi yang didapatkan serta menjadikan pertemuan tersebut menambah wawasan dan pengetahuan, serta tema *Workshop* ini juga memiliki latar belakang yang sama dengan pengunjung yang kebetulan juga seorang pembisnis di dunia muda sehingga dapat memacu semangat mereka untuk menjalankan bisnis.

Manfaat *Coffee Shop* sebagai pertemuan individu dalam ruang publik, karena pada *Workshop* tersebut sangat banyak mempertemukan antar individu yang sebelumnya tidak saling kenal sehingga menjadi kenal dan saling bertukar pikiran dari pengalaman masing-masing dalam melakukan bisnis.

Berdasarkan hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa terkait *Coffee Shop* sebagai tempat terbuka untuk umum dengan tidak memandang status sosial diperoleh pada peserta *Workshop* di *Coffee Shop* Vier pelayanan yang diberikan oleh waiters begitu sangat memuaskan. Kalaupun ada yang berminat mengikuti *Workshop* tersebut secara tiba – tiba maka mereka boleh mengikutinya.

Dan juga dapat disimpulkan dari jawaban dua orang pengunjung *Coffee Shop* vier, feedback yang di dapatkan pada *Workshop* tersebut bagus serta banyak mendapatkan manfaat bagi peserta *Workshop*, mulai dari mendapatkan ilmu mengenai kecantikan, skincare hingga makeup.

Kemudian terakhir pada Tede coffee diketahui dari beberapa pengunjung rata- rata semua mengatakan bahwa pelayanan yang di dapat ada *Coffee Shop* tersebut bagus, karyawannya ramah serta cekatan dalam memberikan pelayanan. Lalu pengunjung juga mengatakan *Workshop* tersebut terbuka untuk umum dan dapat diikuti oleh semua kalangan pemuda yang mengunjungi *Coffee Shop*. Sementara

itu *Workshop* tersebut bertemakan pemanfaatan sosial media dalam perkembangan bisnis, ini juga menjadi salah satu daya tarik pengunjung *Coffee*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan dari penelitian yang menjelaskan bahwa *Coffee Shop* sebagai tempat terbuka untuk umum dengan tidak memandang status sosial, berbagai lapisan masyarakat berkumpul di *Coffee Shop*, memiliki hak dan kebebasan yang sama. Mereka tidak memperdulikan perbedaan status sosial dan mengamalkan prinsip-prinsip kebersamaan hingga kesetaraan sebagai semangat yang memandu setiap pertemuan di antara mereka. Pengunjung *Coffee Shop* sekarang ini tidak hanya berasal dari kalangan atas, melainkan pada saat sekarang ini semua lapisan masyarakat bisa datang ke *Coffee Shop* seperti pegawai, pemilik toko, serta kaum profesional dan masyarakat lainnya pun bisa datang ke *Coffee Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.

Lomboan, R., Tampi, J. R. ., & Mukuan, D. D. . (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 256–260.

Ratih Kemala Dei Komariah. (2014) Penggunaan Radio Sekolah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Belajar Siswa. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1-6

Sugiono. (2016). pengabsahan data *kualitatif*. 01, 1–23.

Supriadi, Y. (2017). Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 1–20.<https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.12228>

Terbuka, R., & Publik, R. (2013). bab 2. 13–38.

Tricana, D. W. (2013). MEDIA MASSA DAN RUANG PUBLIK (Public sphere), SEBUAH RUANG YANG HILANG. *Aristo*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.24269/ars.v1i1.1538>

1. 1538