

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir eksistensi budaya konsumsi kopi melonjak sangat tajam di kalangan masyarakat di Indonesia, dapat dilihat dalam rentang 10 tahun sejak 2010-2019 terdapat peningkatan konsumsi kopi di Indonesia sebesar 44% (Aulia dan Idris, 2024). Dengan adanya peningkatan yang signifikan tersebut membuka jenis model bisnis baru yang berkaitan dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat akan konsumsi kopi salah satunya adalah kedai kopi, tercatat per tahun 2019 jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016, yang hanya 1.000 gerai (Aryani et. al, 2022). Lonjakan adanya kedai kopi khususnya di kota-kota besar menandakan adanya perkembangan gaya hidup pada masyarakat urban. Adanya kedai kopi menjadi elemen yang menunjukkan citra urban pada suatu daerah, yang menjadi salah satu faktor identifikasi identitas kelas pada budaya urban (Ahmad, et. al, 2022)

Hal tersebut melahirkan trend untuk datang ke kedai kopi yang didorong dengan penggunaan media sosial yang semakin memperluas dan menormalisasi kegiatan mengunjungi kedai kopi. Sehingga dalam budaya masyarakat urban kedai kopi beralih fungsi yang semua adalah ruang bagi masyarakat untuk membeli dan menikmati kopi, perlahan beralih sebagai ruang publik. Dimana kedai kopi sebagai ruang publik menjadi alternatif bagi para masyarakat urban untuk dapat bersosialisasi dan berdiskusi yang ditemani dengan minuman favorit dan suasana yang nyaman (Ahmad, et. al, 2022). Karena ruang publik sangat menunjang kebutuhan untuk bersosialisasi bagi masyarakat (Nurrohman dan Damayanti, 2023). Menjadikan kedai kopi pada saat ini tidak hanya berperan sebagai ruang produksi kapital, tapi juga ruang sosial dan kultural masyarakat urban. Sehingga pada saat ini para konsumen yang datang ke kedai kopi tidak selalu merujuk pada kegiatan konsumsi kopinya saja tapi juga pada pembentukan identitas dari atmosphere kedai kopi yang memberikan *pride* atau *prestige* tersendiri. Menurut Prakosa (2019) kualitas kopi tidak selalu berperan dalam

keputusan masyarakat untuk mengkonsumsi kopi. Karena kegiatan konsumsi di kedai kopi tidak selalu berorientasi pada konsumsi kopinya saja, tapi juga berorientasi pada bagaimana cara setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya dengan sesuatu, baik secara material, jasa, simbolik, maupun pengalaman, yang bisa memberikan kepuasan (Poh, et. al, 2013).

Sebagai ruang publik yang akan selalu dimanfaatkan oleh para individu yang ada di dalamnya, terdapat aktor sosial yang akan berperan membentuk, memaknai, dan mempengaruhi ruang sosial yang terbentuk, karena dalam penelitiannya Liu dan Emirbayer (2016) pada dasarnya bagaimana ruang sosial bekerja selalu dilandasi oleh 3 faktor utama yaitu *actor*, *spatial locations*, dan relasi antara *actor* dan *spatial locations*. Dalam konteks kedai kopi, aktor sosial yang berperan di dalamnya adalah para karyawan yang bekerja di kedai kopi, para karyawan yang ada mereka akan membentuk serta memaknai ruang yang ada sesuai dengan apa yang diinstruksikan oleh pemilik kedai dalam bentuk Standar Operasional Prosedur (SOP).

Seperti kedai kopi yang digunakan sebagai studi kasus pada penelitian kali ini, Matera Cafe terdapat SOP yang bertujuan untuk membangun budaya kerja selama jam operasional, yang salah satu fungsinya adalah menjaga operasional kedai kopi sesuai dengan standar yang ditetapkan, termasuk dalam membangun suasana yang nyaman bagi *customer* dan juga mendukung aktivitas penjualan di kedai kopi tersebut. Melihat dari hal tersebut maka karyawan yang berada di Matera Cafe memiliki peranan yang cukup krusial dalam membangun atmosphere yang mendukung di kedai kopi, pasalnya emosi, tindakan, dan interaksi mereka terhadap *customer* dan satu sama lain secara tidak langsung menunjukkan identitas sosial yang ada di Matera Cafe.

Berkaitan dengan hal tersebut, sebagai aktor sosial karyawan yang meliputi barista dan *kitchen* staf akan selalu berhadapan dengan SOP yang berlaku sebagai bentuk usaha atas kendali setiap tindakan yang mereka lakukan di kedai kopi pada setiap siklus operasional. Namun dalam praktik sehari-harinya karyawan di kedai kopi Matera Cafe tetap menegosiasikan serta menginterpretasikan SOP yang ada, hal ini adalah hal yang umum jika kita melihat interaksi yang ada di ruang kerja, karena praktik semacam ini diperlukan

untuk mengurangi ketegangan yang dialami oleh para karyawan di tempat kerja terutama bagi karyawan baru (Ellison, 2021). Sehingga hal-hal yang bersifat manajerial yang ada di dalam SOP secara praktis akan dinegosiasikan oleh para karyawan dengan melakukan eliminasi protokol kerja yang dianggap terlalu mengekang atau tidak relevan dengan situasi yang sedang berlangsung, baik melalui tindakan atau keputusan-keputusan kecil yang mengubah jalannya praktik kerja yang seharusnya ada dalam SOP. Kemudian praktik ini berperan sebagai bentuk interaksi sosial yang terdapat di tempat kerja, dimana hal tersebut menjadi elemen pendukung terbentuknya pemahaman kolektif dan *sense of place*.

Namun, pemahaman akan pengalaman *sense of place* tidak dapat secara instan dirasakan oleh para karyawan yang bekerja di kedai kopi, pasalnya hal tersebut sangat berkaitan dengan waktu. Keterhubungan waktu dengan perasaan *sense of place* ini tampak ketika pemahaman terhadap suatu ruang atau tempat, dipupuk beriringan dengan interaksi dan praktik sosial yang di repetisi dari waktu ke waktu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pile et. al (2023) yang di dalamnya membahas bagaimana pemahaman *sense of place* hadir dari perspektif penelitian Doreen Massey (2001), yang melihat tempat atau ruang sebagai titik persimpangan terjadinya relasi sosial pada tingkat terkecil pada kehidupan sehari-hari. Dari praktik yang dilakukan sehari-hari, perlahan membangun rasa familiaritas yang memberikan makna terhadap ruang tertentu.

Hal ini menjadi menarik, yang pada mulanya kita melihat kedai kopi sebagai ruang fungsional berlangsungnya produksi kapital, yang dapat dilihat dari bagaimana desain ruang bagian karyawan yang di desain linear dan semi terbuka. Bahkan dari bentuk tersebut saja dapat dipahami bahwa hal tersebut ditujukan untuk memaksimalkan kegiatan produksi. Tata letak produksi yang berorientasi ramping menekankan aliran orang, material, dan informasi yang lancar, meningkatkan moral, efisiensi, dan efektivitas biaya produksi tenaga kerja (Schneider dan Ettl 2012). Akan tetapi ruang produksi kapital di kedai kopi yang terlihat sebagai arena kerja bagi para karyawannya, ternyata dapat dipahami berbeda. Karena dalam pemikirannya, Lefebvre (1991) memaknai bahwa sejatinya cakupan ruang bukanlah sebagai wadah pasif melainkan lahir dari adanya praktik-praktik yang terjadi dalam ruang itu sendiri, dimana dalam

konteks ini ruang kerja karyawan pun dapat berperan sebagai arena bagi karyawan untuk berinteraksi satu sama lain, baik itu dalam bentuk negosiasi SOP yang ada, ataupun dalam bentuk komunikasi yang personal. Mulainya keterbukaan kehidupan pribadi seseorang atau menghubungkannya dengan pekerjaan menggambarkan hadirnya rasa memiliki (Filstad et. al, 2019). Dengan Adanya keterbukaan tersebut yang menyangkut ranah personal dapat berperan sebagai elemen pendukung bahwa arena kerja pun dapat berubah menjadi ruang pertukaran emosional, relasional, dan afeksi.

Dalam beberapa studi terdahulu, cukup banyak yang membahas mengenai keterkaitan individu terhadap ruang di tempat kerja, ruang sosial di kedai kopi, ataupun bagaimana kedua hal tersebut dilihat melalui perspektif Henri Lefebvre. Seperti dalam penelitian Rahmayani (2020) yang menjelaskan bagaimana para customer datang ke kedai kopi dengan alasan lain diluar dari menu yang disajikan di kedai kopi, namun dilihat dari bagaimana ketertarikan mereka terhadap ruang, interaksi sosial yang tercipta, serta dari kebutuhan mereka terhadap bentuk ruang publik, yang hal tersebut dianalisis dengan kerangka pemikiran dari Henri Lefebvre. Kemudian Ferreira, et. al (2021), juga membahas konteks ruang sosial yang terdapat di kedai kopi, yang berperan sebagai '*third place*' antara rumah dan perkantoran sehingga fungsinya beralih dari tempat yang diperuntukan konsumsi kopi, menjadi tempat yang memfasilitasi interaksi sosial di dalam kebudayaan masyarakat urban. Namun keduanya tidak menaruh perhatian karyawan yang juga menjadi aktor sosial yang membentuk ruang sosial yang ada. Atau pada penelitian Gibran dan Sidiq (2025) yang membahas barista sebagai pekerjaan yang performatif sebagai aktor sosial di kedai kopi, dimana mereka menggambarkan para barista sebagai aktor yang memiliki peran yang berbeda sebagai karyawan (front stage) dan sebagai individu (backstage) dengan menggunakan konsep Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman, namun dalam tulisannya masih terbatas pada performa barista dan mengesampingkan dinamika kolektif yang ada di kedai kopi sebagai ruang sosial, dan juga pada penelitian Ellison (2021) yang menggunakan analisis lefebvre dalam konteks organisasi kerja, dimana penelitian tersebut bertujuan untuk melihat bagaimana para karyawan dapat memahami dan mengalami workspace yang mereka tempati, dengan

faktor-faktor yang disediakan oleh penyedia workspace sebagai preferensi atau bahan pertimbangan yang mengikat karyawan dalam penggunaan ruang tersebut.

Namun dari studi-studi terdahulu belum ada yang secara eksplisit menjelaskan bagaimana peran karyawan di kedai kopi memiliki peran sebagai aktor sosial yang juga mengalami konsep keruangan dalam praktik kerja yang mereka lakukan. Oleh karena itu penulis melihat adanya gap penelitian yang dapat penulis isi dalam penelitian kali ini, yang berfokus pada bagaimana interaksi sosial dalam konteks ruang dapat membangun *sense of place* diantara karyawan kedai kopi Matera Cafe. Penelitian ini menarik karena di dalamnya akan mengeksplor bagaimana studi ruang dari kerangka pemikiran Lefebvre pada lingkup karyawan di kedai kopi. Dengan menggunakan teori “*Triad Conceptuals*” dari lefebvre, memungkinkan penulis untuk menganalisis bagaimana ruang sosial yang tercipta merupakan hasil dari adanya relasi antara bentuk ruang yang dikonsepsikan oleh owner kedai kopi sesuai bentuk dan fungsinya (*L'espace Conçu*), penggunaan ruang yang di repetisi dalam siklus operasional (*L'espace Percu*), serta pengalaman emosional, relasi, resistensi, improvisasi, dan *sense of place* (*L'espace Vecu*). Yang dari aspek-aspek tersebut dapat membentuk pemahaman ruang pada kedai kopi, dengan karyawan yang ada sebagai aktor sosial yang turut membentuk, memaknai, dan merasakan ruang yang tercipta.

Sejauh ini belum banyak studi yang menggunakan kerangka Lefebvre sebagai alat analisis munculnya *sense of place* diantara para karyawan di kedai kopi, padahal para karyawan rentan terhadap keterasingan dalam bekerja karena banyak dinamika yang terjadi, seperti *shift* harian yang memungkinkan perbedaan anggota dalam satu *shift* hingga beban kerja yang tidak menentu di setiap harinya. Aspek tersebut yang menjadikan pekerjaan di kedai kopi penuh akan ritme, koordinasi, improvisasi, dan interaksi mikro yang relevan dengan teori Lefebvre.

Sehingga dalam penelitian kali ini penulis akan menggeser fokus penelitian yang umumnya terdapat pada konteks penelitian di kedai kopi, yang sebagian besar menyoroti interaksi konsumen, kedai kopi sebagai ruang sosial, ataupun pengalaman pelanggan. Menjadi perhatian pada pengalaman, pemaknaan, dan interaksi interpersonal para karyawan sebagai proses interaksi sosial yang membentuk makna ruang dan *sense of place*. Karena topik mengenai pemaknaan

ruang sosial di kedai kopi sebagai arena kerja, interaksi, afeksi, dan negosiasi SOP masih sangat minim. Penelitian ini dapat mengisi celah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang penulis jabarkan di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjadi antar karyawan kedai kopi di Matera Cafe membentuk makna ruang dan pengalaman *sense of place*. Melihat bagaimana ruang sosial yang tercipta di kedai kopi melalui *point of view* para karyawan yang ada akan sangat menarik untuk dibahas, karena di dalamnya banyak elemen yang mempengaruhi pemaknaan ruang di kedai kopi, tidak hanya sebagai arena bekerja bagi karyawan, namun dapat berfungsi juga sebagai ruang pertukaran emosi, relasi, dan membangun rasa memiliki.

Kerangka ini akan dibahas dengan perspektif pemikiran dari Henri Lefebvre mengenai produksi ruang, yang melihat sebuah ruang sosial dibangun atas kompleksitas variabel yang membentuknya baik melalui tindakan ataupun interaksi di dalamnya. Sehingga dari hal tersebut melahirkan beberapa pertanyaan yang menjadi landasan rumusan masalah dari penelitian ini, yang diantaranya adalah:

1. Bagaimana pola interaksi yang terjadi dalam siklus operasional di antara karyawan dengan area kerja di Matera Cafe?
2. Bagaimana pola interaksi tersebut dapat membentuk pengalaman *sense of place* bagi karyawan Matera Cafe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, penelitian ini ditujukan untuk:

1. Memperoleh analisis deskriptif bagaimana pola interaksi sosial karyawan di kedai kopi Matera Cafe yang dapat menjadi landasan terbentuknya makna ruang dan pengalaman *sense of place*, baik diantara para karyawan ataupun dengan ruang secara material.

2. Menjelaskan bagaimana interaksi sosial yang terbangun di antara karyawan kedai kopi Mitera Cafe dapat memaknai arena kerja secara emosional, sosial, dan simbolik yang dapat membentuk ruang sosial yang melampaui fungsi teknisnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Kemudian manfaat dari hasil penelitian ini akan dibagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran terkait bentuk reproduksi ruang yang terjadi atas interaksi sosial yang terbangun antar individu yang bekerja di kedai kopi independen Mitera Cafe. Penelitian ini dapat memperluas perspektif bahwa ruang tidak hanya dimaknai secara material, namun ruang dapat dimaknai melalui produksi makna yang berlandaskan interaksi sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Dapat memberikan perspektif dan referensi yang lebih luas tentang studi antropologi terutama dalam studi yang menggunakan metode yang serupa ataupun menggunakan konsep teori dari Henri Lefebvre (1991) mengenai *Production of Space* lebih spesifik yaitu *Conceptual Triad* dalam konteks masyarakat urban, yang dengan konsep tersebut penulis akan menganalisis bagaimana produksi ruang dimaknai oleh para karyawan di kedai kopi independen di Mitera Cafe, berdasarkan pemaknaan arena kerja sebagai sarana pertukaran emosi serta menumbuhkan hubungan relasional masing-masing individu.

b. Bagi Peneliti

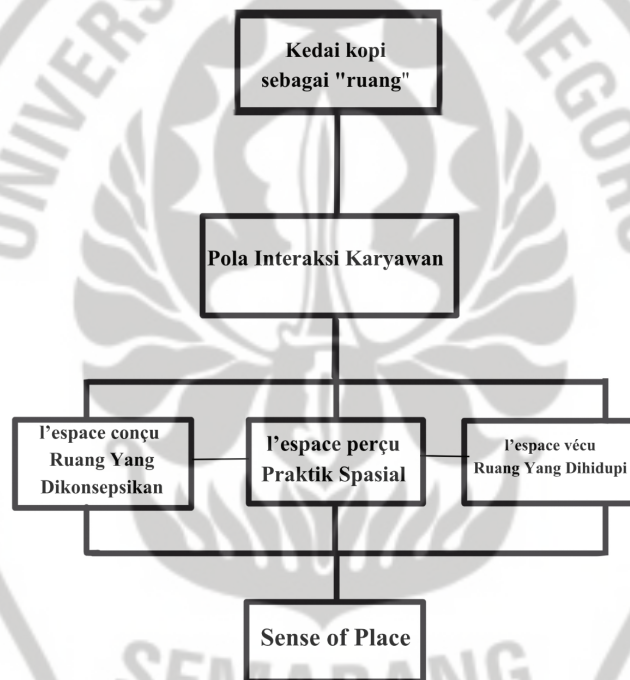
Memperoleh pengetahuan serta penggambaran mengenai bagaimana ruang yang ada tidak selalu dilihat sebagai ruang yang bersifat materialistik, tapi juga dapat dilihat dari aspek sosialnya yang lebih kompleks. Serta dapat meningkatkan keterampilan penulis akan analisis sosio-kultural masyarakat urban.

c. Bagi Pihak Lain

Dalam penulisan ini dapat memberikan pengetahuan bagaimana interaksi sosial dapat menjadi landasan dari terbentuknya makna ruang sosial dan juga pengalaman *sense of place* diantara karyawan pada arena kerja mereka, sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi para pemilik usaha atau perusahaan untuk melihat keterikatan dari interaksi karyawan sebagai aspek yang dapat mendukung produktivitas dan meminimalisir turnover.

1.5 Kerangka Pemikiran

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



Pada bagan di atas, peneliti berusaha mendeskripsikan framing yang akan digunakan dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini karyawan yang merupakan individu yang terus berada dalam siklus operasional yang berulang akan menjadi subjek dari penelitian yang berperan sebagai salah satu variabel dalam analisis data, selain itu penulis akan melihat bagaimana interaksi yang terbentuk diantara para karyawan baik di dalam waktu operasional maupun diluar waktu operasional. Untuk kemudian bentuk dan catatan dari aktivitas interaksi tersebut akan penulis analisis melalui kerangka pemikiran teori Henri Lefebvre,

melalui ketiga konsepnya secara simultan untuk menangkap makna pengalaman *sense of place* yang dapat dilihat sebagai bentuk keterikatan para karyawan terhadap ruang yang dipupuk melalui repetisi dari siklus operasional, hingga pada tahap penggunaan ruang yang melampaui fungsi teknisnya.

1.5.1 Tinjauan Pustaka

Transisi makna ruang atau fungsi ruang yang ada di kedai kopi atau kafe telah beberapa kali menjadi kajian peneliti terdahulu dari berbagai aspek, pertama ada penelitian yang berjudul “*Sustainable cities and urban dynamics: The role of the café culture in transforming the public realm*” oleh Noaime et. al (2025) yang di dalamnya banyak membahas bagaimana sebuah budaya kedai kopi dapat membangun ruang publik yang bersifat berkelanjutan, dalam artian bagaimana sebuah kedai kopi memiliki *roles* yang berbeda beda, dalam konteks topologi dan bentuk bangunan. Dalam penelitiannya Noamie et. al berusaha menjelaskan bagaimana kehadiran kedai kopi atau cafe di ruang publik tidak hanya sekedar menjadi ruang konsumsi namun juga menjadi ruang yang membentuk kebudayaan baru melalui integrasi sosial yang terjadi antar pelanggan maupun pada penguatan komunitas, yang menurutnya kehadiran kedai kopi atau cafe menjadi agen transformasi ruang publik karena dari setiap topologi yang ada, setiap kedai membawakan representasi yang berbeda-beda pula bagi para *customernya*.

Selanjutnya ada penelitian dari Adiprasetio dan Saputra (2017) berjudul “*Taman Alun-Alun: Produksi Ruang (Sosial) dan Kepublikan*”. Dalam penelitiannya menjelaskan bagaimana peran alun-alun di kota Bandung sebagai ruang publik bagi masyarakat disekitarnya. Dengan menggunakan metode etnografi penulis mencoba untuk menjelaskan sejauh mana alun-alun yang ada di kota Bandung berperan sebagai publik space, yang dianalisis menggunakan konsep ruang publik dari Juergen Habermas dan juga konsep ‘*a conceptual triad*’ dari Henri Lefebvre. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa alun-alun yang ada di kota Bandung tidak dapat memfasilitasi kebutuhan masyarakat akan ruang publik dalam arti yang sesungguhnya, sehingga visi utama alun-alun sebagai ruang publik dianggap tidak ideal karena dalam penggunaannya alun-alun tersebut tidak dapat menjalankan fungsinya sebagai *representational spaces* bagi aktivitas

partisipatif masyarakat. Dimana menurut penulis jika menilik konsep Henri Lefebvre ruang yang disediakan oleh pemerintah dalam bentuk alun-alun seharusnya dapat didorong untuk memfasilitasi kegiatan kolaboratif dengan masyarakat, karena dari kacamata Lefebvre sebuah ruang tidak dapat dipandang hanya sebagai *place* tapi juga harus melihat fungsi ruang sebagai media yang memfasilitasi aspek sosial yang menjadi mesin pendorong dimensi kepublikan dari ruang tersebut.

Selain itu ada penelitian yang dilakukan oleh Katie Best dan Jon Hindmarsh (2019) yang berjudul “*Embodied spatial practices and everyday organization: The work of tour guides and their audiences*” yang didalamnya membahas bagaimana praktik *spatial* yang dilakukan oleh tour guide di dalam sebuah museum. Di dalam praktiknya menunjukkan bagaimana peran arsitektur dan layout secara material berpengaruh pada bagaimana kegiatan individu di dalamnya. Analisisnya menghadirkan perspektif mengenai penggunaan barang sebagai objek material sebagai salah satu aspek yang berpengaruh pada interaksi sosial, meskipun Lefebvre menjadi salah satu yang digunakan dalam penelitian tersebut namun fokusnya berada dalam satu konsep ruang yang diusung Lefebvre. Sehingga penelitiannya tidak memberikan perspektif yang menyeluruh mengenai penggunaan ruang dari ketiga konsep ruang Lefebvre.

Selanjutnya ada penelitian dari Ian Ellison (2021) yang berjudul “*Contemporary Knowledge Workspaces: A Lefebvrian Case Study Exploring Provider and User Perspectives*”, penelitian ini lah yang memiliki bentuk yang paling mendekati dengan penelitian yang ingin penulis lakukan. Di dalam penelitiannya ia menggunakan ketiga konsep yang dipaparkan oleh Henri Lefebvre dalam bukunya *The production of space*, sehingga dalam penelitiannya dapat melihat peran benda material dan individu di dalam ruang. Namun yang membedakan dalam hal ini, Ellison menerapkan teori Lefebvre dalam konteks organisasi workspace. Ia melihat bagaimana peran bentuk material dan peran aspek lainnya dalam kebutuhan pengguna *workspace* yang ternyata secara tidak sadar dibutuhkan, namun tidak menjadi *concern* penyedia *workspace*. Sehingga dalam penelitiannya Ellison memberikan konsep originalnya tentang bagaimana

pentingnya *space making* vs *place making* dalam penerapan konsep lefebvre dalam sistem organisasi *workplace*

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, cenderung akan menerapkan konsep yang digagas Lefebvre sebagai kerangka analisis untuk bagaimana peran material dan individu dalam mengalami *sense of place*. Selain itu dalam konteks yang penulis teliti akan melihat dari sudut pandang karyawan, sebagai pihak aktif yang memiliki keharusan untuk beraktivitas di kedai kopi, karena secara langsung berada di bawah tekanan dominasi SOP.

Berbeda dengan Ellison (2021), Lee dan Ruck (2022) yang berjudul “*Barista diary: An autoethnography studying the operational experience of third-wave coffee shop baristas*” memberikan gambaran lain tentang bagaimana kehidupan barista dijalankan. Hal ini relevan dengan penulis, untuk melihat bagaimana karyawan di kedai kopi, termasuk barista yang jarang menjadi objek penelitian. Dalam penelitiannya Lee dan Ruck mendeskripsikan kegiatan barista secara autoetnografi, untuk melihat dan memahami bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh barista sebagai karyawan bagian depan dalam hospitality. Ia berpendapat bahwa bentuk kegiatan yang dilakukan oleh barista di setiap harinya, membangun *habitual power* yang menjadi modal bagi para barista untuk beradaptasi dalam dinamika yang terjadi. Namun penelitiannya terbatas pada pengalaman dan fungsi habitual power dalam konteks formal saja, sehingga dengan adanya gap tersebut akan penulis ‘isi’ dengan penelitian penulis yang melihat aspek tersebut sebagai salah satu faktor munculnya pengalaman *sense of place* diantara karyawan.

Kemudian ada pula penelitian yang dilakukan oleh Sandra Olifia, et. al (2022) dengan judul “*Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja*” yang di dalamnya memiliki kemiripan dengan topik yang penulis ambil, dimana sama-sama membahas bagaimana ruang di kedai kopi perlahan bertransisi dari ruang konsumsi ke ruang publik sebagai ruang yang berfungsi sebagai wadah adanya interaksi sosial antar individu. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya transisi dari kedai kopi yang berfungsi sebagai tempat untuk mengkonsumsi kopi dan camilan, kini berubah menjadi tempat yang dianggap “*chill*” bagi masyarakat urban terutama anak-anak muda. Hal tersebut dianggap penulis bahwa terdapat

pembentukan identitas tersendiri dari lingkungan kedai kopi, baik dari individu yang melihatnya ataupun bagaimana individu membangun identitasnya melalui kunjungannya yang berulang sebagai bagian dari gaya hidup individu tersebut.

Selanjutnya penelitian dari Steve Pile , et. al (2023) yang di dalam penelitiannya yang berjudul “*A progressive sense of place and the open city: Micro-spatialities and micro-conflicts on a north London council estate*” memaparkan bagaimana bentuk sense of place tidak dilihat berdasarkan ruang yang lebih terbuka sesuai dengan pendapat Massey atau lebih tertutup menurut Sennett yang dianalisis dalam penelitian tersebut, namun menurutnya sense of place hadir ketika munculnya micro conflicts yang dapat dipahami sebagai bentuk negosiasi yang berkelanjutan di dalam sebuah ruang. Sehingga bentuk ruang dapat dilihat sebagai sesuatu yang terus diproduksi dan direproduksi maknanya, yang dari hal tersebut melahirkan momen-momen yang khas sebagai bentuk pemaknaan individu sebagai aktor di dalam ruang terhadap ruang itu sendiri, dapat disimpulkan dalam penelitian tersebut Pile melihat ruang yang serupa dengan Lefebvre dimana pemaknaan hadir melalui negosiasi dan praktik sosial di dalam ruang tersebut, bukan hanya muncul semata atas bentuk desain fisik ruang. Karenanya dalam hal ini, penulis akan menjadikan penelitian ini sebagai salah satu acuan untuk melihat dan mendefinisikan pengalaman sense of place yang ada di kedai kopi Matera Cafe.

Terakhir terdapat skripsi dari Zhafira Rahmayani (2020) dengan judul “*Budaya Nongkrong dan Representasi Ruang Atas Kedai Kopi Serta Ruang Representasional Bagi Para Pelanggan Kedai Kopi (Studi Kasus: 3 Kedai Kopi di Tangerang Selatan)*”. Dalam tulisannya penulis berusaha menjabarkan bahwa terdapat beberapa aspek lain yang ternyata berpengaruh pada alasan bagi para *customer* untuk datang ke kedai kopi, di luar dari keinginan mereka untuk mengonsumsi kopi itu sendiri. Aspek-aspek tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori Henri Lefebvre tentang produksi ruang dengan tujuan untuk melihat bagaimana ruang yang terbangun karena adanya aspek-aspek tersebut. Meski sekilas penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan topik yang penulis lakukan, terdapat gap dari penelitian sebelumnya yang penulis rasa tidak kalah penting untuk diteliti. Dalam penelitian sebelumnya belum melibatkan

komponen-komponen lain yang terdapat di dalam kedai kopi, seperti barista, pramusaji, dan owner dari kedai kopi tersebut, sehingga perspektif yang disajikan cenderung terbatas. Kemudian pemaknaan rekonstruksi ruang tidak dieksploitasi secara mendalam, memang dalam penulisannya menyajikan bagaimana ruang di kedai kopi dipahami sebagai tempat yang produktif untuk beraktivitas, namun tidak menjelaskan bagaimana ruang tersebut berperan pula sebagai bentuk identitas yang lahir dari interaksi antar individu yang ada di kedai kopi tersebut.

1.5.2 Landasan teori

Pada penelitian kali ini penulis akan mencoba menganalisis data yang diperoleh dengan kerangka teori dari Henri Lefebvre dalam bukunya "*The Production of Space*" (1991). Menurutnya ruang sosial bukanlah benda diantara benda-benda lain, atau suatu produk dari produk-produk lain, melainkan mencakup benda-benda yang dihasilkan, dan meliputi hubungan antar benda-benda tersebut (Lefebvre, 1991). Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa sebuah ruang tidak hanya dipahami sebagai ruang fisik yang menjadi sebuah wadah bagi benda dan individu berada, melainkan sebagai akumulasi hasil dari adanya praktik dan relasi sosial. Menurut Lefebvre sifat keruangan dapat dijelaskan menjadi 3 yaitu *spatial Practice*, *Representation of Space*, dan *Representational Spaces*. Dari pandangannya, *spatial Practice* dimaknai sebagai hubungan antara individu dengan ruangnya masing-masing, sehingga di dalamnya menunjukkan adanya produksi dan reproduksi antara individu sebagai objek dan ruang sebagai produk. Dalam lingkup ruang sosial tiap objek (individu) memiliki relasi pada setiap ruang, yang menunjukkan level kohesi individu dengan pemaknaan ruangnya pada level yang spesifik (Lefebvre, 1991).

Pada pandangannya, *spatial Practice* dapat dinilai dari adanya interaksi sosial yang dilakukan oleh para individu yang terintegrasi pada ruang sosial yang ada, dimana ruang secara material mewadahi terbentuknya interaksi antar individu melalui layout dan design bangunan yang ada, sehingga adanya *spatial Practice* dalam bentuk ruang sosial dapat dibaca melalui tata ruang, gerakan tubuh, ritme, serta rutinitas individu yang ada di dalamnya. Dalam konteks yang penulis teliti, *spatial Practice* tampak pada para karyawan di kedai kopi dalam aktivitas mereka

sehari-hari, yang secara formal nampak ketika setiap karyawan mengambil porsi dalam pekerjaan mereka mulai dari pergerakan antar karyawan pada layout bar dan *kitchen*, koordinasi antar individu di setiap station, serta cara masing-masing individu berkomunikasi dengan *customer*. Selain itu, secara informal nampak pada interaksi antar karyawan yang muncul di sela-sela pekerjaan, seperti obrolan ringan, candaan, dan juga munculnya ungkapan-ungkapan yang hanya dimengerti oleh antar karyawan.

Dengan adanya praktik sosial tersebut dapat membentuk ruang sosial yang ada di kedai kopi, namun dalam prakteknya tidak berdiri sendiri karena adanya ruang yang secara material hadir dalam bentuk layout dan design bangunan yang telah dirancang sebelumnya, atau dalam pandangan lefebvre ruang yang disebut *Representation of Space*, menurutnya ruang dalam konteks ini dibuat berdasarkan ‘order’ yang melibatkan adanya pengetahuan, pengkodean, dan relasi lainnya (Adiprasetyo dan Saputra, 2017). Pembentukan ruang tersebut menyebabkan terbentuknya ruang-ruang yang konseptual dan spesifik, seperti ruang-ruang yang dibentuk oleh para peneliti, akademisi, dan arsitek dalam mengidentifikasi ruang (Lefebvre, 1991). Dalam konteks ini ruang pada kedai kopi mulanya merupakan *Representation Space* yang dibangun oleh owner kedai kopi yang memiliki makna atau tujuan khusus dalam pembentukannya, terlebih jika kita melihat dalam konteks kedai kopi independen yang sang owner tidak terikat dengan kontrak pemilik franchise ataupun konsep branding, sehingga owner kedai kopi independen dapat mengekspresikan makna ruang yang ingin ia deskripsikan secara luas. Kemudian adanya *Representation Space* yang dibentuk oleh owner di kedai kopi tidak selalu dimaknai secara harfiah oleh karyawan yang ada, melainkan dimaknai melalui pengalaman yang dibangun oleh kebiasaan yang dilakukan berulang dari hari ke hari.

Jika dilihat dalam konsep Lefebvre (1991) hal tersebut dimaknai sebagai *Representational Spaces*, menurutnya tiap dimensi ruang sosial yang terbentuk merupakan hasil dari kohesi antara individu sebagai penempat ruang dan ruang sebagai objek, dimana *spatial Practice* sebagai bentuk hubungan antara individu dengan ruang yang telah di konsepskan (*Representation of Space*), akan mempengaruhi individu dalam merekonstruksi makna ruang yang telah di bangun

berdasarkan ‘*order*’. Oleh karena itu makna ruang tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang statis atau tetap, karena pemaknaan ruang akan selalu diproduksi melalui kegiatan dan pengalaman setiap individu yang berinteraksi di dalam ruang tersebut. Jika kita melihat dalam konteks yang terdapat di kedai kopi, dimana konsep ruang yang ada tidak dapat bersifat final seperti apa yang dimaksud oleh pemilik kedai ataupun orang yang mendesain ruang tersebut. Melainkan pemaknaan ruang akan tercipta dari bagaimana interaksi dan relasi sosial yang terbangun diantara individu yang berada di kedai kopi. Contohnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Best dan Hindmarsh (2019), dalam penelitiannya membahas bagaimana *workspace* yang dimiliki oleh para pemandu di dalam sebuah museum beralih setiap saat karena dalam pekerjaannya pemandu museum memandu audiens dari satu objek ke objek lainnya, meski begitu peneliti menekankan bahwa objek material tidak sepenuhnya memiliki peran pada ruang sosial yang tercipta. Menurutnya ruang sosial yang tercipta merupakan hasil dari rangkaian tindakan bersama antara pemandu dan audiens, seperti ketika pemandu menjelaskan suatu objek dengan gestur menunjuk sehingga audiens dapat bergerak untuk melihat objek yang ditunjuk, hal tersebut dapat menunjukkan adanya rekonstruksi ruang sosial.

Dengan demikian pembentukan ruang yang dimaksud oleh Henri Lefebvre (1991) dapat dipahami dan dianalisis dengan ketiga konsep di atas. Ketiga konsep di atas dapat menjelaskan bagaimana individu dalam suatu ruang sosial bertindak melalui struktur ruang yang kemudian dapat melahirkan makna ruang sosial dari perspektif individu yang ada di dalamnya. Makna ruang yang lahir tidak dapat dilihat sebagai suatu yang instan, namun merupakan hasil dari refleksi pengalaman ruang yang dijalani oleh masing-masing individu di dalamnya melalui interaksi dan relasi sosial, oleh karena itu pengalaman ruang yang dialami ini memungkinkan terbentuknya *sense of place* ketika ruang tidak lagi hanya dipandang sebagai ruang secara material atau hanya tempat melakukan aktivitas, tapi juga sebagai ruang yang bermakna bagi diri individu yang mengalaminya.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini akan mencoba untuk menganalisis bagaimana terbentuknya pemaknaan ruang dan *sense of place* diantara para karyawan yang bekerja di kedai kopi. Dimana saat ini kedai kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban, karena kedai kopi tidak hanya berperan sebagai ruang konsumsi namun juga mulai beralih sebagai ruang interaksi sosial yang mulai menggeser peran utamanya sebagai tempat yang menyediakan produk makanan dan minuman.

Berdasarkan tujuan penelitian di poin sebelumnya, penelitian ini akan menggunakan metode etnografi untuk mendapatkan dan mendeskripsikan data secara langsung yang diperoleh dari interaksi sosial yang terjadi. Dimana pada penelitian ini penulis akan memiliki posisi sebagai insider, yang mana penulis memiliki familiaritas terhadap lokasi atau arena penelitian yang sedang dilakukan. Seperti yang dijelaskan Gelir (2021) dalam penelitiannya, posisi peneliti yang telah mengenali lokasi penelitiannya dapat memiliki keuntungan kemudahan akses terhadap informan dan lokasi penelitian, yang secara tidak langsung dapat mempersingkat waktu adaptasi yang diperlukan oleh seorang peneliti terdapat lingkungan yang ditelitinya. Masih dalam penelitian yang sama Gelir (2021) pun menjelaskan bahwa, dengan posisi peneliti sebagai insider dapat berkontribusi akan keterbukaan dan kepercayaan informan yang memungkinkan keterbukaan dalam proses pengumpulan data. Meski begitu posisi peneliti sebagai insider tidak serta merta menunjukkan ketajaman analisis, justru peneliti yang memiliki posisi sebagai insider rawan akan luputnya data-data yang dianggap telah biasa karena informan dan peneliti berada dalam lingkup budaya yang sama serta adanya kemungkinan bias dalam proses analisis.

Meski begitu mengacu pada Gelir (2021), peneliti tetap dapat menjaga ketajaman penelitian dengan secara aktif merefleksikan asumsi serta keterlibatan selama proses penelitian. Maka dari itu diperlukannya batasan yang disadari oleh penulis agar dalam proses refleksi asumsi dapat mempertahankan ketajaman penelitian, serta meminimalisir kecenderungan mengabaikan data-data yang menjadi bagian dari praktik-praktik penulis dan informan. Sejalan dengan hal tersebut Zulfikar (2014), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dirinya berada

di “ruang antara”, menurutnya ia tidak secara pasti selalu berada pada posisi sebagai *insider*, melainkan posisinya dalam penelitian selalu simultan tergantung dari konteks yang sedang terjadi. Jika hal itu ditarik ke dalam konteks penelitian yang sedang penulis lakukan, penulis berusaha membuat batasan dengan memposisikan penulis seorang peneliti yang membatasi status penulis sebagai *insider* yang memang merupakan bagian dari sistem kerja di kedai kopi, ditambah perbedaan latar belakang penulis yang berstatus sebagai pendatang atau bukan dari suku yang sama dengan mayoritas informan yang merupakan warga asli Semarang dan sekitarnya.

Oleh karena adanya batasan tersebut, penulis dapat menggunakan pengalaman bersama para informan sebagai titik atau landasan refleksi atas data yang diperoleh, bukan sebagai alat validasi ataupun generalisasi data, selain itu penulis secara aktif melakukan triangulasi data diantara informan kunci dan beberapa informan di dalamnya. Terlebih dalam penelitian ini penulis memiliki mentor atau pembimbing guna mendapatkan *point of view* dari pihak yang lebih berpengalaman melalui diskusi, sebagai upaya untuk tetap mempertahankan ketajaman analisis dalam penelitian ini.

1.6.1 Jenis penelitian

Penelitian ini akan termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif karena, menurut Creswell, (2014) pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pada eksplorasi serta pemahaman makna individu atau masyarakat, dan juga mendeskripsikan kompleksitas pada suatu fenomena. Melihat aspek-aspek tersebut yang sejalan dengan metode etnografi yang penulis lakukan pada penelitian ini, maka pada saat penelitian lapangan penulis akan belajar serta memperoleh data dari kelompok yang penulis teliti, sehingga posisi penulis tidak hanya sebagai pengkaji, tapi juga mengambil bagian dari kelompok karyawan di kedai kopi Matera Cafe sebagai objek penelitian penulis.

Terlebih dalam penelitian ini penulis memiliki akses yang terbuka pada lapangan penelitian karena berposisi sebagai *insider*, karenanya penulis pun akan aktif dalam kegiatan kerja, melihat interaksi karyawan, praktik operasional, negosiasi SOP yang ada pada *rush hour*, hingga mendengarkan keluhan dan

curhatan para karyawan sendiri. Hal ini dapat menjadi modal data yang penting untuk dapat melihat pembentukan makna ruang dan *sense of place* dari para karyawan secara *holistic*. Namun karena adanya kekhawatiran akan bias serta terlewatnya informasi yang penulis anggap normal, penulis secara aktif akan merefleksikan hasil data dengan berbagai literatur yang ada agar ketajaman analisis dalam penelitian ini tetap terjaga.

1.6.2 Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di sebuah kedai kopi independen Matora Cafe yang terletak di Kec Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Dengan waktu penelitian yang dilakukan pada bulan November 2025 hingga Mei 2026. Pemilihan Matora Cafe sebagai lokasi penelitian diambil berdasarkan beberapa pertimbangan, menurut Spradley (1980) setidaknya terdapat 5 aspek yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan lokasi penelitian, yaitu (1) kesederhanaan, (2) aksesibilitas, (3) tidak mengganggu, (4) diperbolehkan, dan (5) aktivitas yang sering berulang. Menurut penulis meskipun akan terlalu sulit jika untuk memenuhi semua kriteria di atas, namun setidaknya kriteria tersebut dapat menjadi pedoman untuk menentukan lokasi penelitian.

Menurut penulis Matora Cafe dapat memenuhi kriteria di atas, pada poin nomor 1 kesederhanaan dapat dipenuhi karena, konteks yang ingin diteliti terfokus pada satu fenomena yang terjadi pada ruang lingkup yang tidak terlalu luas, dalam artian ruang lingkupnya masih dengan mudah dapat dijangkau oleh penulis, terlebih fenomena yang akan diteliti tidak melibatkan konteks sosial yang kompleks, kemudian pada poin 2 pun terpenuhi karena aksesibilitas narasumber yang mudah terjangkau lantaran lokasi penelitian yang strategis, selanjutnya pada poin nomor 3 dan 4 dapat terpenuhi karena pada saat penelitian ini dilakukan, penulis memiliki posisi sebagai insider, sehingga memiliki akses yang lebih leluasa dan juga dalam proses penelitian akan memperhitungkan waktu pengambilan data, sehingga sekiranya tidak mengganggu kegiatan para informan, dan terakhir pada poin ke 5, fenomena yang akan penulis teliti merupakan kegiatan yang dilakukan sehari-hari oleh para karyawan yang bekerja di kedai kopi Matora Cafe.

1.6.3 Penentuan Informan

Sebelum mendapatkan data yang dapat digunakan sebagai acuan dalam tahap analisis penelitian ini, terdapat tahap penentuan informan. Karena data yang diperoleh akan sedikit banyak menentukan hasil analisis dalam suatu penelitian maka tahap penentuan informan menjadi tahap yang penting, sebab kualitas informan akan sangat mempengaruhi kualitas data yang akan diperoleh. Memang semua orang dapat menjadi informan, tapi setiap orang dapat menjadi informan yang baik (Spradley, 1979).

Menilik karya Spradley (1979), terdapat karakteristik yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pemilihan informan, diantaranya adalah:

- a. *Enkulturasasi Penuh*: maksudnya adalah dalam penentuan informan, dapat merujuk pada informan yang memahami kondisi budayanya dengan baik. Diharapkan dengan menggali data dari informan yang memahami budayanya dengan baik, informan dapat dengan mudah menjabarkan perilaku yang ia lakukan tanpa perlu memikirkannya. Dalam konteks karyawan kedai kopi, penulis akan menggali data dari karyawan yang setidaknya telah bekerja selama 2 bulan di kedai kopi Matera Cafe, menurut Lally et al. (2010) 2 bulan (66 hari) merupakan waktu yang cukup untuk seseorang mengenali perilaku menjadi kebiasaan. Oleh karena itu penulis rasa 2 bulan adalah standar yang cukup untuk informan dapat memahami budaya kerja dan interaksi sosial di Matera Cafe.
- b. *Keterlibatan Langsung*: dengan ini penulis akan menggali data dari Informan yang hingga penelitian ini selesai tetap melakukan interaksi langsung dengan kondisi sosial budaya di Matera Cafe, sehingga dapat diharapkan data yang tersaji benar-benar sesuai dengan pengalaman budaya informan di Matera Cafe. Hal tersebut dikarenakan jika informan tidak lagi mengalami tindak budaya, mereka cenderung kesulitan dalam mengingat kejadian pada konteks budaya yang mereka lakukan, atau hanya dapat menjabarkan garis besar peristiwanya saja.
- c. *Suasana budaya yang tidak dikenal*: meski dalam bukunya Spradley (1979), merekomendasikan untuk menggali data dari informan yang

memiliki budaya yang berbeda dengan penulis. Akan tetapi bukan berarti pengumpulan data dari informan yang memiliki budaya familiar dengan penulis dilarang, menurut Spradley (1979) ketika informan memiliki budaya yang familiar bagi penulis dikhawatirkan akan terdapat data-data yang dianggap normal luput dalam penelitian, namun seperti yang dijelaskan penulis pada awal metode ini, kekhawatiran ini dapat diminimalisir dengan aktifnya penulis merefleksikan data dan juga diri penulis dengan batasan yang dimiliki penulis dengan informan. Terlebih dalam penulisan ini penulis memiliki *mentor* atau pembimbing yang dapat memberikan masukan, dan juga berperan sebagai *point of view* dari pihak yang lebih berpengalaman.

- d. *Waktu yang cukup*: karena dalam proses menggali data dengan para informan memerlukan waktu yang cukup. Maka dari itu dalam prosesnya diperlukan perkiraan rentang waktu yang diperlukan dalam wawancara, sehingga proses wawancara tidak mengganggu waktu dari para informan. Dalam penelitian ini penulis akan menyesuaikan jadwal serta kondisi yang ada dengan kebutuhan wawancara penulis, agar setidaknya para informan tidak merasa terganggu dengan proses wawancara yang dilakukan.
- e. Non-analitis: terdapat kategori informan yang sebaiknya dihindari dalam proses menggali data, yaitu informan yang dalam memaparkan data yang dibutuhkan oleh penulis, mereka menggunakan perspektif luar sehingga melakukan analisis terhadap tindak kebudayaan yang mereka jalani. Oleh karenanya dalam penelitian ini informan yang diwawancarai adalah informan yang merupakan karyawan aktif di kedai kopi Madera Cafe serta telah memahami budaya kerja yang ada dengan baik, setidaknya sesuai dengan jangka waktu yang penulis jelaskan dalam poin sebelumnya.

Dari karakteristik di atas dapat menjadi acuan bagi penulis untuk menentukan informan yang sekiranya mampu memaparkan data yang dibutuhkan oleh penulis dalam proses penelitian ini. Oleh karenanya terdapat beberapa karyawan Madera Cafe yang dianggap memenuhi acuan tersebut:

Tabel 1.1 Daftar Informan

N o.	Nama Informan	Lama Bekerja	Umur Informan
1.	Mas Mul	2,5 tahun	23 Tahun
2.	Mba Je	3 tahun	22 Tahun
3.	Bintang	2 tahun	21 Tahun
4.	Mas Eko	1,5 tahun	23 Tahun
5.	Akbar	4 bulan	20 Tahun
6.	Mas Caca	5 bulan	27 Tahun
7.	Alex	3 bulan	20 Tahun
9.	Pakde	1,5 tahun	21 Tahun

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan data primer yang akan diperoleh dari observasi partisipatif dan juga wawancara mendalam dengan informan yang telah dijabarkan di point sebelumnya. Selain itu data primer dalam penelitian ini akan didukung oleh data sekunder yang akan berasal dari tinjauan pustaka yang diperoleh dari beberapa jurnal, buku, dan data pustaka lainnya.

a. Observasi Partisipatif

Observasi partisipan melibatkan membangun hubungan baik dalam situasi sosial, belajar bertindak sebagai anggota kelompok, serta mengamati dan mencatat aktivitas, interaksi, dan makna yang terjadi (Spradley, 1980). Maka dari itu penulis akan melakukan pengamatan terhadap informan secara dekat, sehingga dalam metode ini penulis perlu melebur dengan para informan dalam jangka waktu tertentu untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kebiasaan, kebudayaan, serta latar belakang dari informan. Dalam penelitian ini penulis akan mengikuti kegiatan harian karyawan di kedai kopi ini untuk mendapatkan data yang penulis butuhkan dalam topik yang penulis ambil.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik penelitian kualitatif yang melibatkan pelaksanaan wawancara individual intensif dengan sejumlah kecil responden untuk mengeksplorasi perspektif mereka tentang ide, program, atau situasi tertentu (Boyce dan Neale, 2006). Dengan menggunakan wawancara mendalam, penulis akan membuat susunan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, kemudian akan dipilah sesuai kebutuhan penulis serta menyesuaikan pertanyaan dengan informan yang diwawancarai. Dalam pelaksanaannya wawancara akan memiliki sifat yang terbuka dimana diperlukan persetujuan dari narasumber untuk dilakukan wawancara secara mendalam, oleh karena itu diperlukan narasumber yang mengerti dan memahami tujuan dari penelitian yang sedang dilakukan demi mendapatkan data yang sesuai dengan tema yang penulis angkat.

c. Data Visual

Dalam penelitian ini data visual akan digunakan sebagai upaya pendokumentasian selama proses penelitian ini berlangsung, yang dapat berfungsi sebagai salah satu pendukung keabsahan data. Data visual yang dicantumkan akan sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan.

1.6.5 Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan serta verifikasi data.

Reduksi data disini akan mengacu pada proses pemilihan data yang telah diperoleh semasa penelitian lapangan. Dalam penelitian ini penulis akan memilah dan menjabarkan data yang sudah diperoleh, demi dapat menunjukan hal-hal yang penting dalam penyajian data serta tahap analisis data dengan teori.

Pada tahap penyajian data penulis akan memaparkan data yang sudah direduksi, kemudian digabungkan dengan analisis berdasarkan perspektif Henri Lefebvre dengan teori Production of Space. Dalam penyajian hasil analisis akan dibangun secara naratif untuk memberikan gambaran secara lengkap dari mulai latar belakang masyarakat pedagang di kawasan Kota Lama Semarang hingga analisis arti nilai kebahagiaan yang dimaknai.

Terakhir dalam menyimpulkan data akan berdasar dari pertanyaan yang ada di rumusan masalah, yang kemudian diverifikasi dari gambaran umum dan analisis yang sudah penulis cantumkan di setiap bab penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dibagi secara teoritis dan praktis, kerangka pemikiran yang berisi tinjauan pustaka dan landasan teori, metode penelitian, dan terakhir sistematika penulisan.

2. BAB II GAMBARAN UMUM

Bab ini akan berisi tentang gambaran umum lanskap penelitian, layout bangunan, dan dikotomi konsep ruang yang ada di kedai kopi Matera Cafe. Data yang dijabarkan adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan.

3. BAB III PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai pola interaksi sosial, kegiatan sehari-hari, serta faktor-faktor yang mendukung pengalaman *sense of place* antara karyawan dengan area kerja mereka, demi menjawab rumusan masalah yang ada

4. BAB IV ANALISIS

Bab ini akan berisi analisis dari pembahasan yang sudah dijabarkan dengan perspektif *Production of Space* oleh Henri Lefebvre.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari data, pembahasan, dan analisis pada setiap bab dalam penelitian ini.