

**KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh:**

**Durotul Karimah**

**18321165**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

**KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh:**

**Durotul Karimah**

**18321165**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

**Skripsi**

**KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66**

Disusun oleh

**DUROTUL KARIMAH**

**ISLAM**  
18321165

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 15 Juni 2022

Dosen Pembimbing Skripsi,

المعتمد المبتدئ الاندوني  


**Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A.**

**NIDN 0512048302**

**SKRIPSI**  
**KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66**

Disusun oleh

**DUROTUL KARIMAH**

**18321165**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 15 Juli 2022

Dewan Penguji:

1. Ketua: Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.

NIDN 0512048302

()

2. Anggota: Dr.rer.soc Masduki, S.Ag.,M.SI

NIDN 0511047202

()

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



**Fuji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN 0529098201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Durotul Karimah

Nomor Mahasiswa : 18321165

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, joki skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan murni karya ilmiah saya sendiri
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 29 Juli 2022

Yang menyatakan,



Durotul Karimah

18321165

## **MOTTO**

“Saya tidak takut gagal, saya lebih takut jika tidak mau berusaha.”



Karya ini ku persembahkan untuk semua yang telah berprasangka baik padaku

## KATA PENGANTAR

### **Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

*Alhamdulillah* rabbi' alamin, segala puji bagi Allah SWT, Maha suci Allah yang telah memberikan kehidupan dan segala di dalamnya, yang selalu memberikan jalan dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi mengenai “Produksi ruang kedai kopi 66”. Yang mana dalam pengerjaannya, peneliti menemui berbagai tantangan dan kesulitan. Namun berkat orang-orang baik di sekeliling peneliti, peneliti mampu melampaui berbagai tantangan tersebut. Oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu:

1. Kedua orang tua peneliti, Buk Us dan Pak yo, yang tidak hentinya memberikan doa dan dukungan dalam segala bentuk. Dan juga seluruh keluarga yang selalu mendukung dan menghibur peneliti tanpa bertanya “kapan lulus?”.
2. Bapak Holy Rafika Dhona, selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas kesabaran bapak dalam membimbing dan mengarahkan peneliti. Semoga kebaikan selalu menyertai bapak dan keluarga.
3. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UII. Terimakasih telah melimpahkan ilmu kepada peneliti selama belajar di sini. Semoga Allah senantiasa memudahkan urusan bapak ibu dosen.
4. Segenap Staff dan Karyawan Akademik Prodi Ilmu Komunikasi UII. Terimakasih atas segala bantuan dan informasi sehingga peneliti lebih mudah dalam penyelesaian Tugas Akhir.

5. Mas Irfan, Mas Dhika, Mas Samohung, Mas Ansen, dan seluruh Narasumber yang telah bersedia peneliti ganggu waktunya. Terimakasih telah mempermudah proses penelitian ini.
6. Untuk orang- orang istimewa dalam hidup peneliti, Dyven, Aan, Misna, dan juga Bella. Terimakasih telah menemani peneliti disaat apapun, mendengarkan segala keresahan peneliti, dan juga mengajak peneliti mengunjungi tempat- tempat baru sehingga menyegarkan pikiran peneliti.
7. Untuk teman- teman bimbingan pak Holy, terutama Indah dan Tasyi. Terimakasih sudah membersamai peneliti dan menjawab pertanyaan- pertanyaan mengenai penelitian dan juga hal – hal random lainnya. Peneliti tahu banyak hal berkat kalian.
8. Untuk teman- teman Ilkom angkatan 2018, terutama paguyuban konoha. Terimakasih sudah meramaikan kehidupan peneliti selama menempuh S1.
9. Yang terakhir, terima kasih kepada *myself* karena sudah bertahan sampai sejauh ini. Meski harus jatuh bangun ketiban talang. Banyak hal di dunia ini yang harus di gak papain.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum seutuhnya sempurna, maka peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar peneliti dapat terus berbenah ke arah yang lebih baik. Akrit kata, semua pihak yang sudah mendukung penelitian ini dalam bentuk apapun dapat dibalas kebaikannya oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi banyak kehidupan. Aamiin.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Yogyakarta, .....

Penulis

Durotul Karimah

## DAFTAR ISI

KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66	i
<u>USULAN PENELITIAN SKRIPSI</u>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A.	1B. 5C. 5D. 5E. 6F. 8G. 12H.
12BAB	II 14
OBJEK PENELITIAN	14
A.	17B.
<b>Error! Bookmark not defined.BAB</b>	III 18
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	18
A.	22B.
55BAB	IV 57
KESIMPULAN DAN SARAN	57

A.

61Daftar

59B.

60C.

Pustaka

60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lokasi Kedai Kopi 66.....	18
Gambar 2 Mushola Kedai Kopi 66.....	18
Gambar 3 Kedai Kopi 66.....	19
Gambar 4 Kedai Kopi 66 Awal Buka.....	19
Gambar 5 Deretan Tempat Duduk Kedai Kopi 66.....	21
Gambar 6 Tampilan Utama Instagram @kedaikopi66.....	30
Gambar 7 Tampilan Instastory @kedaikopi66.....	32
Gambar 8 Tampilan Unggahan di Fedd Instagram @kedaikopi66.....	32
Gambar 9 Kedai Kopi 66.....	33
Gambar 10 Stand Kedai Kopi 66.....	37
Gambar 11 Kedai Penyetan.....	38
Gambar 12 Kedai Soto dan Sate.....	39
Gambar 13 Kedai Nasi Jagung.....	39
Gambar 14 Kedai Ikan Asap.....	40
Gambar 15 Kedai Ketan.....	40
Gambar 16 Kedai Nasi dan Mie.....	41
Gambar 17 Kedai Rujak dan Rica Rica.....	42
Gambar 18 Kasir.....	43
Gambar 19 Live Music.....	48
Gambar 20 Jalan Belum Ada Penerangan 27.11.2021.....	51
Gambar 21 Jalan Sudah Terpasang Penerangan 6.3.2022.....	51

## ABSTRAK

### KOMUNIKASI DAN PRODUKSI RUANG KEDAI KOPI 66

*Durotul Karimah, Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FPSB UII*

**Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A.**  
*Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi*

Tren kafe yang sudah menjamur di kota kediri menimbulkan banyak sekali pengusaha- pengusaha kafe baru di area kediri. Di antara banyaknya kafe yang sedang ramai dan digandrungi di kediri. Peneliti memilih Kedai kopi 66 sebagai objek penelitian karena berlokasi di kawasan hutan pinus, Kedai Kopi 66 merupakan tempat nongkrong dan *ngopi* di Kediri yang mulai berdiri sejak tiga tahun yang lalu, para pendiri mampu mengubah ruang hutan pinus menjadi ruang untuk nongkrong dan *ngopi* sehingga mampu mendatangkan banyak pengunjung dari kota kediri dan kota-kota sekitarnya. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian etnografi, penelitian menggunakan konsep produksi ruang oleh Henri Lefebvre untuk melihat komunikasi dalam praktik keruangan, representasi ruang dan juga dalam pemaknaan ruang kedai kopi 66. Peneliti menemukan bahwa keberadaan Kedai Kopi 66 ditimbulkan oleh komunikasi atau pertukaran- pertukaran informasi para pendirinya dan juga orang- orang di dalamnya. Kedai Kopi 66 disetting secara khusus oleh para pendirinya sehingga terbentuk ruang baru di kawasan hutan pinus yang sebelumnya hanya digunakan untuk lahan pertanian

**Kata Kunci:** *Ngopi, Kedai Kopi 66, Produksi Ruang, Komunikasi.*

*Caffe trend that has vastly grown in Kediri city generating a lot of new caffe entrepreneurs around the Kediri area. Among all these caffe which are crowded and adored. The researcher chose Kedai Kopi 66 as the object of research for some reasons such as it is located in a pine forest, Kedai Kopi 66 is a hangout and coffee place in Kediri which founded three years ago, and the founders were able to change the space of pine forest into space to hang out dan coffee place, therefore, they could bring many visitors from Kediri City and it is surround. This study uses a qualitative research method with an ethnographic research type, by using the concept production of spaces of Henri Lefebvre to seek communication in spatial representation, and also in the meaning of Kedai Kopi 66 Space. Researcher found that the existence of Kedai Kopi 66 was caused by communication or exchanges of information between the founders and also the people in it. Kedai Kopi 66 was specially set up by the founders to form a new space in the pine forest area that was previously only used for agricultural land.*

**Keywords:** *hangout and coffee place, Kedai Kopi 66, Production of Space, Communication.*



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Keindahan alam hutan, terutama hutan pinus sudah banyak dimanfaatkan oleh lembaga masyarakat maupun pemerintah untuk tempat wisata atau rekreasi. Tak jarang juga kawasan hutan pinus dimanfaatkan untuk resto atau bahkan kedai kopi. Seperti kedai kopi 66 yang berada di daerah pegunungan di Kediri yang menawarkan kedai kopi dengan nuansa alam hutan pinus. Kedai kopi adalah tempat yang menyediakan minuman seperti kopi atau teh dan juga makanan kecil. Sekarang kedai kopi sudah masuk menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia .

Kedai kopi 66 saat ini menjadi tempat *ngopi* yang sedang ramai di daerah Kediri dan sekitarnya. meskipun letaknya jauh dari pusat kota Kediri, namun tempat ini tidak mengecewakan untuk dikunjungi. Seperti ulasan dari akun google Sam Aji Sadiwo yang mengungkapkan bahwa ia tidak rugi ke sana, meskipun perjalanan jauh namun terbayar dengan suasana yang ada di kedai kopi 66, sejuk, dan pemandangan pinus yang menyegarkan mata. Selain itu dari 1.701 ulasan di google, banyak diantaranya yang puas dengan kedai kopi 66 karena variasi, rasa dan harga makanan yang terjangkau. Dan juga banyak yang mengungkapkan bahwa tempatnya instagramable. Penataan ruang oleh pengelola kedai kopi 66 memang terlihat kekinian dan menarik pengunjung, terutama kawula muda. Ini dapat dilihat dari akun Instagram @kedaikopi66 yang memperhatikan penataan feed dan isi kontennya.

Hutan pinus dan kedai kopi merupakan dua tempat atau ruang yang memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda. Menurut Doreen Massey, ruang terwujud karena adanya hubungan dan jalinan yang artinya ruang bisa terbentuk dengan komunikasi.

(Dalam Dhona 2018:5 ). Komunikasi memiliki peran dalam mengubah kedua ruang tersebut. Ruang adalah tempat komunikasi terjadi, tetapi juga salah satu hal yang diciptakan oleh komunikasi (Falkheimer& Jansson, 2006).

Komunikasi geografi merupakan pecahan dari studi komunikasi yang menggabungkan antara beberapa disiplin ilmu, terlebih disiplin komunikasi dan geografi (Dhona, R. 2018). Komunikasi geografi melihat fenomena komunikasi berkaitan dengan keadaan ruang tempat komunikasi berlangsung dan pesan tersebut disalurkan hingga berdampak pada aturan berperilaku lingkungan orang yang menerima pesan.

Kaitannya dengan perubahan fungsi ruang, komunikasi geografi menjadi studi yang dirasa tepat untuk penelitian ini. Komunikasi geografi merupakan peningkatan dari ilmu geografi yang menggabungkan teori geografi dengan ilmu komunikasi. Karena teknologi komunikasi saat ini mampu menghapuskan batasan ruang kemudian kondisi yang berlandaskan pada ruang melahirkan makna berbeda tergantung pada individu atau kumpulan individu yang melihat ruang itu dan memaknainya sendiri. (Falkheimer& Jansson,2006: 9-10). Tempat tidak sama artinya dengan ruang, tempat dipahami sebagai akibat dari gagasan dan pengalaman individual yang mengakar yang semakin lama akan membentuk kewajaran khusus yang didasarkan keadaan local dan wacana. kemudian ruang diungkapkan sebagai badan yang bergerak, barang, bekal dan komunikasi. (Adams& Jansson, 2012: 299-314).

Tempat, disini tidak selalu diartikan sebagai tempat yang memiliki batasan-batasan seperti dinding di sebuah bangunan, melainkan sebagai “tekstur” tertentu yang dengannya komunikasi membentuk suatu tempat tertentu (Adams& Jansson: 2012). Singkatnya, tekstur merupakan apa saja yang menjadikan kita yakin bahwa sebuah tempat adalah sesuatu yang tetap dan juga dapat berubah (Dhona, R. 2018).

Selain komunikasi geografi, teori produksi ruang Henri Lefebvre dirasa tepat untuk mengkaji penelitian ini. Dalam produksi ruang, menurut Lefebvre, ruang alamiah telah dihancurkan dan diganti menjadi suatu produk sosial lewat rangkaian cara-cara,

terlebih cara yang berkaitan dengan fisika dan sains informasi (Elden (dalam Dhona 2018: ). Semua orang yang memiliki kepentingan tidak akan pernah berhenti mencari cara untuk menguasai penggunaan pada sebuah ruang dan akan memproduksi kembali seluruh pengetahuan demi melindungi kekuasaan mereka atas ruang tersebut.

Menurut Lefebvre, produksi sosial pada ruang merupakan pondasi dari produksi ulang masyarakat karena kapitalisme (Dalam: Hendra, 2018). Untuk memahami pemikiran tersebut, lefebvre mengusulkan tiga konsep, diantaranya *perceived space*, *conceived space*, dan *lived space*. Ruang yang diproduksi tidak terlepas dari hubungan ketiga konsep tersebut. menurut lefebvre,

*“Relations between the three moments of the perceived, the conceived and the lived are simple or stable, nor are they ‘positive’ in the sense in which this term might be opposed to ‘negative’, to the indecipherable, the unsaid, the prohibited, or the unconscious. ... The fact is, however, that these relationships have always had to be given utterance, which is not the same thing as being known – even ‘unconsciously’.”* (1991, 46)

Ketiga konsep tersebut terus beriringan dalam menciptakan ruang meskipun tanpa disadari. Beberapa penelitian terdahulu membahas mengenai kawasan hutan pinus yang diubah menjadi tempat wisata alam. Misalnya Andrian & Johannes (2020) dalam jurnalnya menulis mengenai wisata hutan pinus namun lebih berfokus pada dampaknya terhadap pemberdayaan dan perubahan sosial masyarakatnya. Atau Utami, Krismawan & Nurcholis (2020) yang menulis mengenai perubahan ekosistem hutan pinus yang diakibatkan oleh kegiatan pariwisata. Selain itu dalam kaitannya dengan bahasan kedai kopi, Susanti, Mutia & Agustin (2020) dalam jurnalnya menyinggung mengenai ruang- ruang yang diwujudkan dari adanya kedai kopi yaitu ruang budaya, ruang arsitektural, ruang imajinatif dan ruang digital. Namun penelitian mengenai bagaimana Kawasan hutan pinus dapat beralih menjadi kedai kopi dan peran

komunikasi di dalamnya masih jarang di temukan di Indonesia, atau bahkan tidak ada. Komunikasi memiliki peran penting dalam perubahan ruang tersebut.

Penelitian mengenai produksi ruang dengan konsep Henri Lefebvre di Indonesia kebanyakan berisi tentang studi perkotaan dan urbanisasi. perencanaan tata ruang lebih menitikberatkan pada akses-akses permodalan industri dengan pembangunan pabrik-pabrik (Gerald: 2017) atau juga bahasan mengenai produksi ruang dan akibatnya terhadap pola komunikasi masyarakat sekitar (Nurhadi, I; Amirudin, L; Mahardika, G: 2019). Namun demikian studi produksi ruang dan peran komunikasi di dalamnya belum banyak dilakukan.

Penelitian ini diharapkan mampu melengkapi bahasan para sarjana mengenai hubungan komunikasi dengan produksi ruang, utamanya produksi ruang kedai kopi di kawasan hutan pinus. Di Indonesia, tidak sedikit ruang yang berubah, mulai dari kawasan perkotaan, pedesaan sampai kawasan hutan. Namun sedikitnya studi mengenai produksi ruang membuat ketidaksadaran atas perubahan-perubahan tersebut.

Kedai kopi 66 menjadi salah satu hasil dari produksi ruang. Salah satu masalah yang penting dalam produksi ruang tersebut adalah bagaimana ketiga dimensi ruang di atas berperan dalam memproduksi ruang tersebut dan bagaimana peran komunikasi di dalamnya.

Penelitian ini juga dilandasi oleh sebuah ayat di dalam al qur'an, QS. Al- Mulk ayat 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki- Nya. Dan hanya kepada- Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Dalam tafsir Al- Misbah dipaparkan bahwa manusia diperintah untuk menjelajah seLuruh bagian bumi yang dikehendaki. Perjalanan tersebut dalam rangka mencari mata pencaharian dan perniagaan. Dan ketahuilah bahwa manfaat dari pekerjaan tersebut tidak dapat dirasakan kecuali dengan kehendak Allah ta'ala.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini menganggap bahwa kedai kopi 66 tidak terbentuk dengan sendirinya, melainkan hasil dari produksi ruang. penelitian ini ingin mengetahui mengenai bagaimana komunikasi dapat mempengaruhi pembentukan ruang kedai kopi 66. Maka pertanyaan penelitiannya, yaitu;

1. Bagaimana komunikasi dan praktik- praktik keruangan pada produksi ruang kedai kopi 66?
2. Bagaimana komunikasi dalam *representation of space* mempengaruhi produksi ruang kedai kopi 66?
3. Bagaimana komunikasi dalam pemaknaan ruang pada produksi ruang kedai kopi 66?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan mengenai bagaimana komunikasi dan praktik- praktik keruangan dalam produksi ruang kedai kopi 66
2. Menjelaskan Bagaimana komunikasi dalam *representation of space* mempengaruhi produksi ruang kedai kopi 66
3. Menjelaskan Bagaimana komunikasi dalam pemaknaan ruang dalam produksi ruang kedai kopi 66.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan dapat menjadi rujukan oleh peneliti berikutnya terutama yang membahas mengenai produksi ruang dan komunikasi geografi.

## 2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi pengusaha kedai kopi dan pegiat wisata alam lainnya.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam situs pengindeks resmi Ristekbrin: Garuda (<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents?q=produksi%20ruang>. Diakses pada 23 Maret 2021) ditemukan 52 penelitian kata kunci “produksi ruang”. Dari 52 penelitian tersebut ditemukan beberapa penelitian mengenai produksi ruang sosial, misalnya studi mengenai fenomena perkampungan yang berdekatan dengan pusat kota sehingga mempengaruhi pola interaksi di dalamnya (Pasaribu, R; Siahaan, U; Rumiati, R Tobing; 2018), dan alun- alun sebagai ruang sosial dan ruang public (Justito,A ; Sandi; J: 2017).

Hingga Maret 2021 kajian mengenai produksi ruang dengan konsep Henri Lefebvre merujuk pada beberapa artikel, pertama penelitian dengan judul Produksi ruang dan perubahan pengetahuan pada masyarakat sekitar objek wisata waterland (Nurhadi, I; Amirudin, L; Mahardika, G: 2019), artikel tersebut meneliti praktik sosial sebagai akibat dari perubahan tata guna lahan, dari lahan pertanian menjadi lokasi wisata. Dengan menggunakan metode kualitatif studi kasus, penelitian ini menyatakan terdapat perbedaan atau perubahan akibat produksi ruang tetap menjadi ruak abstrak oleh kepentingan modal.

Kedua penelitian yang berjudul Komunitas Satoe Atap: Produksi Ruang Sosial bagi Anak Jalanan di Kawasan Simpang Lima Semarang ( Purnama, Yusuf : 2020).

dengan metode kualitatif pendekatan deskriptif, penelitian tersebut meneliti mengenai komunitas yang menyediakan ruang bermain dan belajar bagi anak jalanan di simpang lima Semarang. Hasilnya penelitian ini mengungkap bahwa di tengah gencarnya pembangunan gedung-gedung di kota Semarang, komunitas sateo atap berusaha memberikan ruang belajar dan bermain kepada anak-anak jalanan di simpang lima Semarang.

Banyak ditemui penelitian mengenai produksi ruang dikaji dalam studi arsitektur dan sosiologi. Masih sangat jarang ditemui penelitian produksi ruang yang mengkaji dengan studi komunikasi. Dalam pencarian di peramban internet peneliti menemukan suatu penelitian dengan kata kunci produksi ruang yang berhubungan dengan komunikasi, yaitu *Produksi Ruang dan Representasi Ruang dalam Dinamika Konflik Sosial di Kampung Inggris* (Wulandari, S: 2018). Penelitian ini berfokus pada proses terjadinya praktik spasial, ruang representasi dan representasi ruang dengan menitikberatkan dalam dinamika ekonomi dan konflik yang terjadi antara masyarakat lokal dengan pendatang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma kritis. Adapun landasan teori utama yang digunakan adalah teori produksi ruang dari Henri Lefebvre.

Sedangkan kajian mengenai kedai kopi merujuk pada satu penelitian, yaitu penelitian dengan judul *Kedai Kopi: Kepintaran Kopi dalam Menciptakan Ruang di Kota Malang* (Dwi, S; Mutia, F; Agustin, D: 2020). Dengan menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif), penelitian ini meneliti mengenai kepiintaran kedai kopi dalam menciptakan ruang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terbentuknya ruang oleh kopi, seperti ruang imaji.

Penelitian mengenai produksi ruang kedai kopi dari disiplin komunikasi sangatlah jarang, bahkan belum pernah dilakukan. Kebanyakan penelitian komunikasi berfokus pada konsep pemasaran, dan bukan pada konsep produksi ruang.

Lefebvre mengaitkan kekuasaan spasial dengan reproduksi kapitalisme. Dengan kekuatan modal, ruang terus dirancang hingga memenuhi fungsi ruang-ruang baru yang sesuai apa yang diinginkan pemilik modal, ruang terus diproduksi dalam praktik kapitalisme. Ruang tidak lagi dipandang sebagai entitas yang pasti dalam mendatangkan aktivitas sosial yang nyata di dalamnya, namun hanya dipandang sebatas rencana atau gagasan dengan menghadirkan kepentingan modal dibaliknya. Ruang dibentuk sedemikian rupa oleh mereka yang memiliki kepentingan dengan alibi gagasan ide untuk menguasai penggunaan dan pemanfaatannya.

Lefebvre mengkritik pandangan Marx dan Engels mengenai moda produksi kapitalisme. Bagi Marx dan Engels, ada kekuasaan- kekuasaan yang mendorong produksi, yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, pengetahuan dan teknologi (Lefebvre, 1991: 69). Namun bagi Lefebvre semua unsur produksi tersebut tidak berfungsi apabila tidak dalam 'space'. Semua unsur yang terdapat dalam ruang bertemu untuk diproduksi oleh masyarakat ataupun secara alamiah (1991:101). Maka, dalam hal ini ruang menjadi faktor yang penting untuk kehidupan manusia.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Geografi**

Komunikasi geografi merupakan cabang disiplin komunikasi yang menggabungkan antara berbagai disiplin ilmu, terutama komunikasi dan geografi. Komunikasi geografi memiliki fokus pada bagaimana komunikasi membentuk ruang dan ruang membentuk komunikasi (Dhona, R. 2018). Pernyataan tersebut menegaskan adanya hubungan antara komunikasi dan geografi yang selama ini sering dipisahkan atau hanya dianggap sebagai ilmu multidisiplin. dalam bidang komunikasi kita mengetahui bahwa komunikasi memiliki kerangka-kerangka yang berkaitan dengan ruang, seperti komunikasi organisasi, komunikasi antar kelompok ataupun komunikasi massa. (Mulyana:2009). Menurut para ahli komunikasi ruang atau tempat merupakan

bagian penting komunikasi. dengan menjadi konteks, sebuah lokasi/ruang/tempat tidak hanya menjadi lokasi terjadinya komunikasi, tetapi juga penentu proses komunikasi (Dhona: 2018). sedangkan menurut para ahli geografi, kegiatan komunikasi berpengaruh pada ruang sosial manusia. komunikasi juga menjadi pertimbangan manusia dalam memutuskan pilihan lokasi untuk melakukan aktivitas dalam hidupnya, seperti tempat bermukim dan tempat untuk kegiatan ekonomi. informasi seseorang terhadap suatu lokasi akan menimbulkan tanggapan yang beragam dan berdampak pada kegiatan yang dilakukannya (Hadi:2006).

Adam & Jansson membantah pemikiran keruangan mengenai ruang itu bersifat tetap yang diyakini oleh Edward Relph (1976) (dikutip dalam Komunikasi Geografi, hal. 6). Kemudian Andre Jansson mengusulkan tiga bidang komunikasi geografi, meliputi mediasi ruang, mediatisasi ruang dan pengalaman ruang (Jansson: 2017). ketiganya menganut tiga dimensi ruang menurut Henri Lefebvre(1991), yang meliputi Praktik ruang, representasi ruang, dan ruang representasi.

## **2. Produksi Ruang**

Banyak peneliti di bidang sosial menyatakan ruang tidak muncul dengan sendirinya. Ruang dibentuk oleh mereka yang memiliki kuasa atas otoritas dan tentu saja dengan otoritas tersebut mereka berkuasa untuk mengontrol (1991, hal. 26-27). Selain itu, ruang memiliki sifat aktif, beralih-alih. Kekuasaan dan otoritas atas ruang pasti terikat pada komunikasi dan kekuasaan media pada masyarakat yang berbeda (Falkheimer dan Jansson 2006, hal.106).

Lefebvre berpandangan sama dengan Marx, bahwa sekarang ruang sudah berubah menjadi ruang yang kosong atau abstrak. Ruang kosong ini lalu diproduksi oleh pemilik kekuasaan menjadi bentuk bentuk ruang baru sesuai

dengan kepentingan penguasa.(Setiawan, 2015). Sebuah ruang tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang kosong dalam satu benda yang melingkupinya melainkan ruang juga dapat tercipta oleh suatu kegiatan sosial (Simanjuntak & Kurniawan; 2014). Terdapat tiga komponen utama yang menjelaskan konsep produksi ini, diantaranya production, product, labour (pelaku).

Lefebvre menjelaskan produksi ruang dengan tiga konsep, yaitu

a. Praktik Ruang (*Spatial Practice*)

Ruang spasial atau praktik penggunaan ruang merupakan kegiatan atau praktik atas ruang sehingga menimbulkan persepsi bagi masyarakat dan membentuk ruang. ruang tersebut tercipta oleh praktik-praktik atau kegiatan-kegiatan sosial dan juga pemaknaan yang terjadi di dalamnya. Menurut lefebvre (1991);

*“Spatial practice, which embraces production and reproduction, and the particular locations and spatial sets characteristic of each social formation. Spatial practice ensures continuity and some degree of cohesion. In terms of social space, and of each member of a given society's relationship to that space, this cohesion implies a guaranteed level of competence and a specific level of performance.”*

Konsep ini merujuk ke sisi material dari praktik sosial atau interaksi sosial yang dilakukan oleh pengguna ruang kedai kopi 66, baik pencipta, karyawan, ataupun pengunjung. Wujud dari praktik spasial ialah kegiatan atau interaksi dan komunikasi yang timbul dalam kehidupan sehari-hari.

b. Representasi Ruang (*Representations of Space*)

Representasi ruang adalah bayangan mengenai ruang tersebut melalui bentuk verbal dengan pengetahuan, tanda-tanda dan symbol. Bayangan-bayangan tersebut kemudian diwujudkan terutama oleh pengetahuan

modern menjadi ruang yang dibayangkannya. Adanya bayangan ini menjadikan ruang yang sebelumnya abstrak menjadi terbayangkan. Menurut Lefebvre (1991);

*“Representations of space, which are tied to the relations of production and to the 'order' which those relations impose, and hence to knowledge, to signs, to codes, and to 'frontal' relations.”*

Ruang yang awalnya adalah sebuah area dibentuk sehingga menjadi sarana, lalu di dalam sarana tersebut terjadilah praktik-praktik yang setelahnya akan menimbulkan konstruksi pemikiran dan terjadilah suatu tindakan. Di dalam ruang yang terlahir sebagai produk sosial di dalamnya terdapat sifat konsepsi, yang sengaja dihadirkan melalui produksi maupun reproduksi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

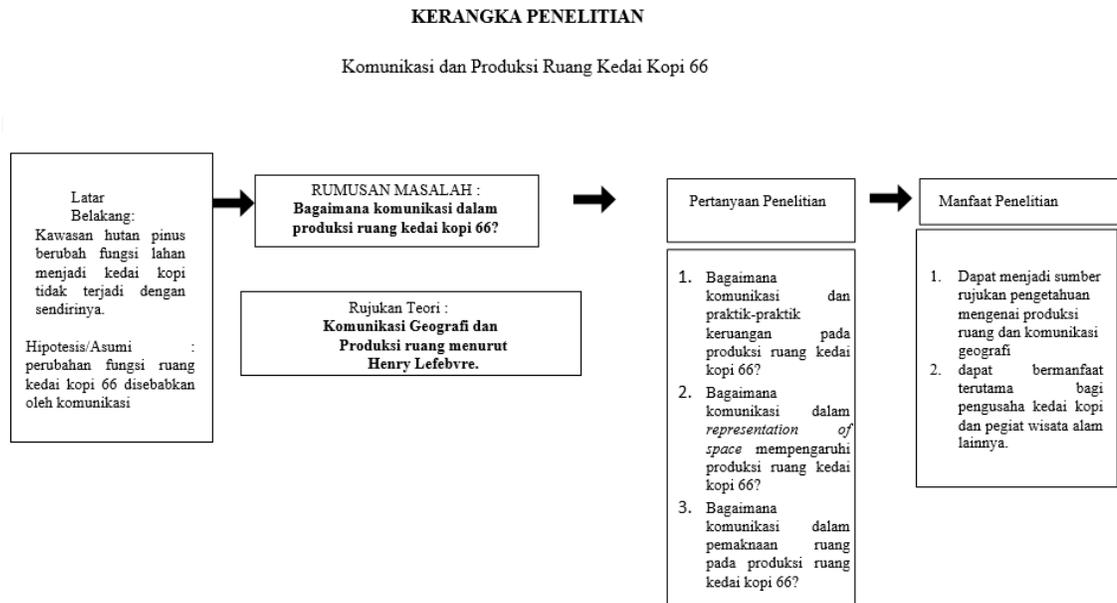
c. Ruang Representasi (Representational space)

Ruang representasi merupakan kebalikan dari representasi ruang yaitu memaknai ruang secara tradisional. Biasanya berkaitan dengan imaji atau pemaknaan kita mengenai ruang tersebut sehingga kita memiliki kenangan tertentu mengenai ruang itu.

*“Representational spaces, embodying complex symbolisms, sometimes coded, sometimes not, linked to the clandestine or underground side of social life, as also to art (which may come eventually to be defined less as a code of space than as a code of representational spaces)”*

Ruang representasi bersifat “lived space” atau pengalaman hidup, di mana ruang tersebut digunakan secara langsung. berisi berbagai kodes, dimensi simbolik, seperti hasrat atau ritual tertentu dan juga gaya hidup.

## G. Kerangka Penelitian



## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang mana data hasil penemuannya didapatkan dengan cara terjun langsung ke lapangan, seperti wawancara, observasi (Cresswell: 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi. Etnografi adalah salah satu pendekatan penelitian kualitatif yang berupaya mengetahui mengenai suatu budaya dalam kelompok masyarakat (Windiani&Farida; 2016). Penulis memilih pendekatan etnografi dalam penelitian ini agar dapat mempelajari lebih dalam mengenai budaya yang melekat pada suatu kelompok.

Penelitian etnografi memiliki cirikhas yang membutuhkan keterlibatan peneliti secara penuh, pencarian intensif mengenai budaya masyarakat, dan juga menguraikan data secara mendalam. Seorang etnografer tidak dapat memisahkan tempat tertentu dengan lingkungan di mana data penelitian itu didapatkan. Sebuah penelitian dikatakan etnografi ketika peneliti mengaitkan fakta dengan alasan yang melandasi fakta tersebut terutama dalam kaitannya dengan kesesuaian sejarah dan budaya. Penelitian tidak dikatakan etnografi apabila mengabaikan kondisi yang ada pada tempat dan pernyataan orang-orang yang diamati dan dicatat (Windiani & Farida; 2016).

Keikutsertaan etnografer dalam mendalami kehidupan sehari-hari dari suatu budaya atau masyarakat tertentu dalam waktu yang lama, mengamati apa yang terjadi, mendengar apa yang dikatakan menjadi karakteristik utama penelitian yang menggunakan metode etnografi.

Menurut Atkinson dan Hammersley karakteristik penelitian etnografi memiliki karakteristik yaitu yang pertama, mendalami fenomena sosial. kedua, Data tidak dapat diukur, karena data dalam penelitian ini berisi persepsi antar personal dan kelompok sosial yang cenderung berbeda. ketiga, kasus atau sampel sedikit. keempat, yang paling menarik dari etnografi yaitu dilakukan analisis data tentang arti dari tindakan manusia (human action), menarik kesimpulan atas sikap dan perilaku sosial suatu masyarakat. ( dalam Kamarusdiana; 2019)

## **2. Waktu dan Lokasi Penelitian.**

Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih enam bulan. Penelitian dilakukan di Kediri, lebih tepatnya di kedai kopi 66.

## **3. Narasumber atau Informan Penelitian.**

Narasumber penelitian ini adalah pendiri dan pengelola, pengunjung dan orang-orang yang terlibat dalam produksi ruang kedai kopi 66. Kedai kopi

yang berada di selopanggung, Kediri ini dipilih karena termasuk kedai kopi yang cukup ramai dan mendapat banyak komentar positif dari pengunjungnya. Dan juga menarik perhatian karena termasuk pelopor kedai kopi hutan pinus di Kediri. Narasumber yang peneliti wawancarai diantaranya,

1. Irfan Sulistiawan S.T

Irfan merupakan lulusan teknik industri, pria yang berusia 25 tahun ini awalnya adalah mahasiswa kediri yang asalnya dari Kabupaten Jombang, menurutnya lulusan universitas sudah banyak yang berlomba mencari lapangan pekerjaan, dan ia bertekad untuk menciptakan sendiri lapangan pekerjaan tersebut.

2. Dhika Catur Hendrawan S.T

Dhika adalah pendiri kedai kopi yang bertugas sebagai pengawas. Dhika merupakan lulusan Teknik Industri Universitas Kadiri. Bagi pria berusia 25 tahun yang menyukai kebebasan ini, bekerja di bawah tekanan orang lain bukanlah sesuatu yang diinginkannya. Untuk itu ia memilih bergabung dengan ketiga temannya untuk mendirikan dan mengelola Kedai Kopi 66.

3. Wahyudi

Wahyudi atau yang biasa dipanggil dengan julukan samohung merupakan salah satu dari pendiri kedai kopi 66 yang bertugas untuk memilih dan membeli bahan makanan maupun bangunan. sejak SMA ia sudah terbiasa bekerja sebagai pencari bahan- bahan bangunan bagi suatu proyek.

4. Ansen NS

Ansen merupakan pelopor utama dari berdirinya kedai kopi 66. selain sebagai pemilik ide, ia juga disebut sebagai investor utama dari kedai kopi 66. Ansen yang memiliki jiwa bisnis sedari dulu lebih jarang datang ke kedai kopi 66 karena memiliki bisnis kafe lain yang terletak di kota Kediri.

5. Novitasari

Di usianya yang masih 19 tahun, Novi sudah bekerja di Kedai kopi 66 selama hampir tiga tahun. Ia pernah bertugas di kedai kopi dan sekarang ia menjadi pemasak di kedai nasi. Novi bertempat tinggal di dekat Kedai kopi 66 sehingga ia mengaku merasa beruntung dapat bekerja tanpa harus pergi jauh dari rumahnya.

#### 6. Gaib

Gaib merupakan ketua LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) Desa Selopanggung. ia bertugas mengawasi segala jenis usaha yang dilakukan di kawasan hutan pinus desa selopanggung.

### **4. Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data didapat dari observasi lapangan, wawancara dan studi dokumentasi.

### **5. Analisis Data**

Dalam penelitian ini membahas mengenai produksi ruang kedai kopi yang terjadi karena pengaruh perkembangan maupun teknologi komunikasi dan atau karena adanya perlawanan terhadap suatu sistem serta keinginan hidup yang lebih baik. Maka peneliti menggunakan analisis etnografi ruang, yakni proses komunikasi yang menggabungkan produksi sosial ruang dengan konstruksi sosial dan makna ruang (Low, 2017). Salah satu pendekatannya yaitu produksi ruang, yang berfokus dan menjelaskan bagaimana ruang timbul dan memunculkan pertanyaan tentang tujuan politik, ekonomi, dan sejarah perencanaan dan pembangunan. Analisis data dari penemuan ini akan dicocokkan dengan tiga analisis dimensi spasial Henri Lefebvre yaitu ruang spasial, representasi ruang, dan ruang representasional.



## **BAB II**

### **OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Kedai Kopi 66**

Kedai kopi 66 merupakan salah satu tempat nongkrong yang populer di kalangan pemuda Kediri. Kedai kopi ini berada di daerah Semen Kediri, Jawa timur tepatnya di dusun tunggul sunna, Desa Selopanggung. Letak kedai kopi ini cukup jauh dari pusat kota Kediri. Membutuhkan waktu sekitar 30 menit jika perjalanan ke kedai kopi 66 ditempuh dari pusat kota Kediri. Perjalanan yang dilalui pun harus melewati jalanan yang menanjak dan berbelok-belok. Jalanan itu juga belum seluruhnya dilengkapi penerangan yang memadai. beberapa titik tempat yang jauh dari pemukiman warga terlihat masih belum dipasang penerang jalan.

Sebelum memasuki kawasan hutan pinus Plapar, terdapat beberapa tempat serupa dengan kedai kopi 66 namun berada di tengah sawah dengan dikelilingi tanaman padi atau warung kopi di tengah hutan pohon mahoni, karena memang belum memasuki kawasan hutan pinus Plapar.

Ketika sudah memasuki kawasan hutan pinus Plapar yang pertama terlihat adalah Kedai Kopi 66, jarak 500 meter dari kawasan Kedai Kopi 66 akan nampak warung- warung serupa yang berada di kawasan hutan pinus tersebut. Terdapat banyak kedai kopi atau warung kopi di kawasan hutan pinus Plapar tersebut, namun kedai kopi yang pertama dan menjadi pelopor kedai-kedai yang lain adalah Kedai Kopi 66. Selain itu kedai kopi 66 juga berada dekat dengan perkampungan warga. selain lokasinya yang luas, penataan tempat dan sistem kedainya juga melibatkan banyak sekali orang di dalamnya termasuk warga sekitar hutan pinus Plapar itu sendiri.



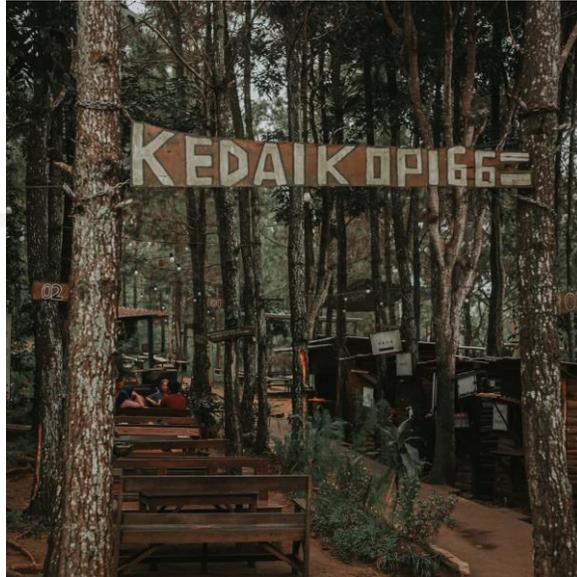
**Gambar 1 Lokasi Kedai Kopi 66**

Kedai Kopi 66 menempati lahan hutan pinus milik Perhutani seluas 1 hektar dari keseluruhan yang diizinkan yaitu 6 hektar. dengan lahan seluas itu Kedai Kopi 66 memiliki beberapa bangunan, yaitu 8 stand kedai tempat memasak, dua toko oleh-oleh, satu kasir, empat kamar mandi dan satu mushola.



**Gambar 2 Mushola Kedai Kopi 66**

Kedai kopi 66 memiliki setidaknya 40 meja di area terbuka, tepatnya di bawah pohon pinus langsung, dan juga sekitar 20 meja di tempat teduh. per mejanya bisa berisi 6 orang. Setiap harinya kedai kopi 66 bisa dikunjungi oleh lebih dari 500 orang per hari.



Gambar 3 Kedai Kopi 66

Kedai Kopi 66 ini awalnya hanya tempat *ngopi* di hutan pinus dengan hanya menggunakan gerobak kecil dan beberapa pasang meja kursi saja. hidangan yang mereka jual juga sebatas kopi dan minuman sachet, dengan beberapa camilan saja. dengan bermodal sosial media yaitu instagram, Kedai Kopi 66 mampu menarik banyak pengunjung datang, sehingga mampu mendirikan bangunan dan memperbanyak kursi meja pengunjung.



Gambar 4 Kedai Kopi 66 Awal Buka

Pada awalnya Kedai Kopi 66 dibuat selayaknya tempat menikmati kopi dan cemilan pendukungnya dengan pemandangan hijaunya hutan pinus. namun saat ini Kedai Kopi 66 menjadi tempat yang lebih dari menikmati kopi, karena lebih banyak minuman rasa lainnya dari pada pilihan kopinya. Kedai Kopi 66 memiliki berbagai menu yang cukup banyak. Dari mulai makanan ringan seperti kentang goreng, krUpuk pecel, tahu gejrot hingga makanan berat seperti sate lontong, nasi goreng dan juga ayam goreng.

pilihan menu makanan dan minuman yang bervariasi menjadi daya tarik tersendiri. Kedai Kopi 66 setidaknya memiliki 60 pilihan menu makanan dan minuman. Terlebih lagi harganya yang terjangkau membuat semua kalangan tidak sungkan sungkan mengunjungi tempat ini.

Pemilihan nama kedai kopi 66 sendiri memang dibuat agar terdengar merakyat dan tidak terlalu mewah, berbeda dengan kata kafe. Kedai Kopi 66 tidak memiliki makna tertentu, hanya untuk penanda dan mudah dihafal dan diucapkan.

Kedai Kopi 66 didirikan tepat setelah Ansen dan ketiga temannya lulus dari Universitas Kadiri pada tahun 2018, mereka mengaku menyukai alam dan sering mengadakan acara kampus di sekitar hutan plapar membuat mereka menyadari potensi yang dimiliki hutan pinus tersebut. hingga akhirnya mereka memutuskan untuk memulai usaha dengan hanya memakai gerobak seperti angkringan dengan 9 meja untuk pengunjung, dan setelah proses mediasi yang panjang dengan pihak perhutani dan LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) mereka mendapatkan izin untuk menempati lahan sekitar 6 hektar di kawasan hutan pinus tersebut.

Nuansa alam kedai kopi 66 menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung. Tanpa menghentikan aktivitas kedai kopi 66, Setiap dua minggu sekali petugas dari perhutani menyadap getah pohon pinus di kawasan kedai kopi tersebut. menurut Dhika, salah satu pendiri, kedai kopi 66 selalu ramai setiap harinya terutama akhir pekan. Meskipun terletak tepat di antara pepohonan pinus, pengelola kedai kopi

mengaku tidak pernah sedikitpun mengubah atau menebanga pohon. Mereka memilih memasang tempat duduk di sela sela pohon pinus.

Kedai kopi 66 sepi saat musim penghujan. Menurut dhika, selain karena tempatnya di pegunungan dan jalanan menjadi licin, kurangnya tempat berteduh di kedai kopi menjadi salah satu faktor sepi di musim penghujan. hal itu tidak hanya disampaikan oleh dhika, tetapi juga oleh Novita, karyawan di Kedai Kopi 66. Menurutnya Kedai Kopi 66 selalu ramai kecuali di musim hujan.



**Gambar 5 Deretan Tempat Duduk Kedai Kopi 66**

Sebelum terbentuk kedai kopi 66. Kawasan hutan pinus tersebut dahulunya adalah taman rekreasi yang dikelola oleh warga sekitar. Namun tidak pernah membuahakan hasil. Hingga tahun 2018 tepatnya bulan September, empat orang pemuda yaitu Ansen, Wahyu, Irfan dan juga Dhika berinisiatif mendirikan sebuah tempat nongkrong yang sekarang dikenal dengan kedai kopi 66.

## **BAB III**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Seiring berkembangnya zaman, budaya nongkrong atau berkumpul dengan beberapa orang di suatu tempat menjadi gaya hidup masyarakat kebanyakan. Di kota Kediri bahkan di kota-kota besar lainnya gaya hidup masyarakat yang suka nongkrong menjadikan bisnis kafe, kedai kopi, atau pun warung kopi dan juga angkringan menjadi usaha yang cukup menjanjikan. Kota Kediri menjadi salah satu kota yang saat ini banyak tempat-tempat nongkrong berjamuran. Oleh karena itu pengusaha harus berlomba menemukan ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Konsep ruang nongkrong outdoor di alam terbuka menjadi salah satu pilihan. Orang-orang yang sudah penat dan bosan dengan kehidupan kota memilih tempat ini untuk menyisih sejenak dari hingar-bingar kota. Kedai Kopi 66 menjadi salah satu pilihan tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat kota Kediri dan kota-kota di sekitar Kediri. Oleh karena itu peneliti akan menjelaskan bagaimana produksi ruang Kedai Kopi 66, dengan menggunakan ketiga konsep yaitu praktik keruangan, ruang representasional, dan representasi ruang. Selain itu sebuah ruang tercipta tak lepas dari peran komunikasi. Komunikasi dalam interaksi pengguna ruang setiap harinya dapat menjadi penentu seperti apa sebuah ruang akan terbentuk. Penelitian ini juga akan melihat keterlibatan komunikasi di dalam produksi ruangnya.

#### **A. TEMUAN**

##### **1. Spatial Practice**

Spatial Practice merupakan praktik-praktik, interaksi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, yang mana menghasilkan persepsi atas suatu ruang. Dalam penelitian ini dilihat dari praktik, interaksi dan juga komunikasi para pengguna ruang kedai kopi 66 yang akhirnya dapat menciptakan/ memproduksi ruang kedai kopi 66 seperti saat ini.

##### **a. Trend *Ngopi* di Kediri**

Trend *ngopi* atau nongkrong di kediri menurut narasumber Irfan bermula dari banyaknya kampus kampus dan pendatang baru dari kota-kota yang lebih besar dari kediri, dimana *ngopi* di kafe sudah menjadi gaya hidup di tempat tinggal asal mereka.. Selain itu juga menurut Irfan, trend *ngopi* menjadi semakin ramai karena pada dasarnya masyarakat kediri memang suka “cakruk” meskipun tidak di kafe, di kediri masih banyak di temui orang-orang berkumpul di pos ronda, pinggir jalan atau di salah satu rumah warga untuk sekadar ngobrol. Hanya saja sekarang kafe menjadi wadah atau fasilitas untuk mereka yang suka nongkrong, dengan ditambah banyak pilihan menu yang dapat dipesan untuk melengkapi obrolan.

*“Mungkin kalau di kediri karena kampus2 udah mulai banyak, terus anak-anak sekolah juga kalau pulang sekolah nggak kayak jaman dulu langsung pulang ke rumah. Karena sekarang udah ada ekstrakurikuler dan itu menjadi seolah membebaskan anak-anak beraktifitas di luar rumah. Terus juga anak anak kuliah, sesudah jam kuliah ya udah meninggalkan kampus. Dan kebanyakan anak-anak kuliah itu berasal dari luar kediri. Ya kan jarang pulang kuliah langsung ke kos. Pasti mampir dulu ke suatu tempat”*

*(Irfan, Wawancara 27 November 2021)*

Budaya *ngopi* di Indonesia banyak ditemui di angkringan, ini dimulai pada tahun 50 an. Angkringan banyak ditemui di yogyakarta, namun saat ini sudah mulai menyebar dan banyak ditemui di kota-kota di luar yogyakarta. Angkringan biasa berupa gerobak dan pengunjungnya duduk lesehan beralaskan tikar

selain angkringan di pulau jawa yang diambil dari kata “ngangkring” atau dapat diartikan duduk santai, Kota Medan memiliki budaya “rumpi” saat *ngopi* di warung kopi. Dengan budaya rumpi, warung kopi di medan ini mampu meleburkan berbagai pengunjung dari berbagai suku dalam suatu obrolan, seperti suku China, Jawa, Tamil,

Nias, Mandailing, Toba, Karo hingga Melayu (Gumulya dan Helmy, 2017)

Pada 2019 Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur menyebut tren pertumbuhan kafe berbasis kopi meningkat 16-18 % seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Banyaknya pilihan tempat dengan berbagai suasana, tema dan juga menu yang disuguhkan menambah beragamnya pilihan tempat nongkrong masyarakat kediri. Itu juga salah satu faktor yang menjadikan semakin ramainya trend *ngopi* dan nongkrong di kediri.

Perkembangan kedai kopi di kediri sebenarnya sudah dimulai sejak lama, dimulai dari warung-warung kecil yang hanya menyediakan kopi cangkir dengan suguhan berupa beberapa macam makanan ringan, seperti gorengan, kacang, dan makanan- makanan khas warung lainnya.. budaya minum kopi di Indonesia sebelumnya didominasi oleh kaum pria dewasa, Seiring berkembangnya zaman, budaya *ngopi* mulai merambat ke kaum milenial, selera kaum milenial yang berbeda dari generasi sebelumnya. Ini menyebabkan bertambahnya variasi kedai kopi da menu- menu di dalamnya.

Ramainya *ngopi* di kalangan milenial kediri bermula sejak munculnya Okui kopi pada tahun 2018, Okui kopi mengusung konsep vintage garden yang terinspirasi dari coffee shop yang bernama moment café di Jepang dan juga konsep kedai kopi di Bandung dan Malang. Kemunculan Okui kopi memicu pengusaha kafe lainnya di kediri mulai membuka kedai kopi dengan konsep yang sama, yang bahkan diberi nama yang hampir sama seperti Nahiki milik arti Nella Kharisma. Cukup banyak kedai kopi baru yang buka pada dalam kurun waktu 2 tahun setelah kemunculan Okui kopi, seperti kedai kopi

Antasena, Tellkopi, Kopi Bossku, Peh Kopi, Kaelo Kopi dan masih banyak lainnya. (Irawan, Diah, Lita, Sulton, 2020)

**b. Budaya ngobrol saat *ngopi* yang mulai luntur**

Di Indonesia, sejak dulu kegiatan *ngopi* biasa dilakukan di angkringan atau warung kopi. desain warung kopi dan angkringan jaman dulu hampir mirip. satu gerobak atau meja di tengah dengan beberapa kursi panjang melingkarinya, walaupun tersedia meja kursi tambahan tetap tidak banyak sehingga mengharuskan orang untuk berbagi tempat duduk dengan pengunjung lainnya meskipun tidak saling kenal. keadaan tersebut membuat pengunjung angkringan atau warung mau tidak mau harus ngobrol dengan orang-orang disekitarnya, mengingat jaman dulu tidak semua orang memiliki handphone. meskipun tidak terdapat peraturan formal mengenai keharusan ngobrol di angkringan, namun pengunjung perlu menjaga budaya angkringan, yaitu toleransi dan kemauan untuk berbagi tanpa memandang ras dan fisik lawan bicara (Gumulya dan Helmy, 2017).

Warung kopi dan angkringan kerap disebut sebagai tempat terbentuknya interaksi sosial di masyarakat, namun seiring dengan kemajuan zaman dan juga semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi, suatu tempat tak lagi menjadi area yang menciptakan interaksi sosial. fenomena ini menyebabkan semakin jarang seseorang mau bertegur sapa dengan orang - orang yang ada di sekelilingnya. begitu juga pola interaksi yang terdapat di kafe, kedai kopi, warung kopi maupun angkringan. orang- orang terlihat lebih gemar menunduk dan memperhatikan layar ponsel atau laptopnya entah untuk chatting, bermain game, ataupun bekerja.

Telah terjadi pergeseran makna *ngopi* pada generasi milenial, yang sebelumnya *ngopi* erat kaitannya dengan aktivitas ngobrol, saat ini kegiatan *ngopi* dilakukan untuk mengikuti gaya hidup masyarakat modern (Irawan, Diah, Lita, Sulton, 2020). Hilangnya budaya ngobrol saat *ngopi* ini menyadarkan narasumber Ansen untuk mendirikan Kedai Kopi 66 dan memilih kawasan hutan pinus sebagai tempat usahanya.

*“Alasan kami mendirikan Kedai Kopi 66 yaitu membuat tempat ngopi yang berbeda daripada umumnya yang menyatukan antara konsep kopi kopi an dan alam serta mengembalikan esensi nongkrong yang sebenarnya (ngobrol sama temen, tidak hp an atau main game).” Ansen NS, Wawancara 11 Februari 2022.*

Saat awal buka, pengelola Kedai Kopi 66 memutuskan untuk tidak memasang wifi, meskipun wifi cukup dibutuhkan. Karena Kedai Kopi 66 terletak di area hutan dan lokasinya di dataran tinggi pegunungan, jaringan sinyal sangat susah didapatkan, bahkan sama sekali tidak ada. Jadi pengunjung tidak dapat menggunakan ponselnya. Menurut irfan, memang agar pengunjung lebih fokus menikmati suasana dan bercengkrama dengan orang yang ada di depannya. Namun karena ada salah satu warga sekitar yang ingin menitipkan antenna wifi di Kedai Kopi 66, akhirnya pengelola menyetujui untuk memasang wifi. Kali ini tidak seperti tempat nongkrong biasanya yang menggratiskan wifi, kedai kopi 66 memilih menjual voucher. Agar hanya pengunjung yang sangat membutuhkan saja yang memakainya.

*“Makanya kenapa vouchernya kita jual gak dikasih free karena biar yang membutuhkan sekali untuk berkomunikasi ya silakan beli, tapi kalo engga ya silakan berkomunikasi dengan orang di sekitarnya. tetep kita mengutamakan yang itu. Soalnya ngapain ngopi jauh-jauh kesini tapi kalau akhirnya tetep main hape sendiri-sendiri”*

*(Irfan, Wawancara pada 3 November 2021)*

Tidak seperti di kebanyakan kafe atau warung kopi, dimana banyak ditemukan pengunjung yang sedang mabar (main bareng) game

di ponsel, atau juga pengunjung yang fokus dengan laptop di hadapannya. Di kedai kopi 66 sangat jarang terdapat pemandangan seperti itu. Pengunjung sibuk dengan ponselnya hanya untuk berfoto, selain itu pengunjung mengeluarkan ponsel hanya untuk diletakkan di meja.

### c. Terbentuknya Kedai Kopi 66

Awal Kedai Kopi ini terbentuk saat Ansen dan ketiga temannya (Irfa, Dhika da Wahyudi) lulus dari Universitas Kadiri pada tahun 2018. Saat itu mereka memutuskan untuk tidak mendaftar pekerjaan seperti yang disarankan oleh Dosen mereka dan memilih untuk membuka usaha tersebut bersama-sama. Ansen menjadi pilar dari mereka berempat karena ia yang memiliki ide awal dan investor utama dari bisnis mereka tersebut.

*“Mungkin pikiran kita anak anak organisasi, iya sih kuliah masak ya mau sama sama mencari lapangan kerja semua.”* jelas irfan saat wawancara pada 3 November 2021. ia menjawab dengan antusias bahwa ia masih memiliki umur muda, jikapun bisnisnya tidak berjalan mulus, ia masih bisa memulai langkah lain. *“kalau nanti seandainya gagal ya tetep usaha tapi kalau emang udah gak bisa ya nanti kita masih punya umur muda kita bisa cari pekerjaan lain. Tapi sampai sekarang alhamdulillah seperti yang diinginkan bisa berkembang”* tambahnya.

Terbentuknya Kedai Kopi 66 didasari oleh ketidakmauan mereka berebut lowongan pekerjaan dengan sarjana seangkatan mereka. Dan mereka merasa memiliki kesadaran untuk andil menciptakan lapangan pekerjaan di tengah sulitnya mencari pekerjaan di masa sekarang.

Sedangkan menurut pengakuan Dhika saat wawancara pada 22 Oktober 2021 ia merasa tidak nyaman jika bekerja di bawah tekanan orang lain. *“karena saya nggak mau diatur akhirnya bikin aturan sendiri yang istilahnya membuat orang lain nyaman dan untuk diri sendiri nyaman”* terang dhika.

Saat awal buka mereka sulit untuk mendapatkan izin dari pihak perhutani. Menurut Dhika mereka diragukan karena masih baru dan terlihat tidak memiliki pengalaman. Padahal menurut mereka sudah banyak memiliki pengalaman saat berorganisasi di kampus. Dan itu cukup untuk membangun sebuah bisnis bersama. *“selama 3 tahun itu hambatannya mulai dari perizinan, Tapi sekarang sudah gak. Kita kan gak punya link gak punya chanel sama sekali. Namanya orang kalau belum tahu sama sekali pasti ragu.”* (Dhika Wawancara 22 Oktober 2021). Namun akhirnya usaha mereka menemukan titik terang setelah mereka berempat membuktikan bahwa mereka mampu mengkoordinir dan mengundang banyak pengunjung untuk datang ke tempat mereka.

Pihak yang berjasa membantu usaha Kedai Kopi 66 yaitu LMDH atau Lembaga Masyarakat Desa Hutan yang membantu proses mediasi kepada pihak perhutani. Kawasan hutan pinus plapar sendiri berada di bawah naungan Perum Perhutani Kota Kediri.

Pengelola kedai kopi 66 memilih hutan pinus plapar sebagai tempat membangun kedai kopi karena mereka berempat, Ansen, Irfan, Dhika dan Wahyudi sering berkunjung ke area tersebut saat masih kuliah. Menurut narasumber Dhika mereka sering mengadakan acara organisasi seperti makrab di daerah hutan pinus plapar. Acara-acara yang melibatkan alam tersebut membuat Dhika dan teman-temannya akrab dengan daerah tersebut. dan menyadari bahwa daerah tersebut memiliki potensi wisata yang cukup besar.

*“Sebenarnya dulu ya kita kan juga semi pecinta alam, jadi ya kalau organisasi kita di kegiatan ekstern kita juga pernah mengadakan acara di terutama di ndolo. dulu acara organisasi kan sering di situ kan. ada istilahnya kegiatan makrab malam keakraban jadi ya kita bikin acara di luar kampus sharing sama alumni sama maba maba seringlah main ke sini dan melihat Kalau tempat ini berpotensi.” (Dhika, Wawancara 22 Oktober 2021)*

Sementara Ansen saat itu mereka memiliki beberapa pilihan tempat, diantaranya ialah hutan pinus, hutan jati , dan sungai. namun setelah memikirkan beberapa resiko, hutan pinus adalah tempat yang paling tidak beresiko dibanding lainnya. jika mereka memilih hutan jati maka akan ada musim di mana pohon jati terdapat banyak sekali ulat bulu. jika di sungai, saat musim hujan pasti terlalu banyak air yang melintas di aliran sungai.

Tempat di mana kedai kopi 66 saat ini berdiri sebelumnya juga sudah dibuat menjadi tempat wisata, seperti taman rekreasi dan tempat foto dengan satu warung yang menyediakan menu biasa seperti kebanyakan warung. Namun menurut Irfan tempat wisata tersebut tidak membuahkan hasil, sehingga terpaksa ditutup

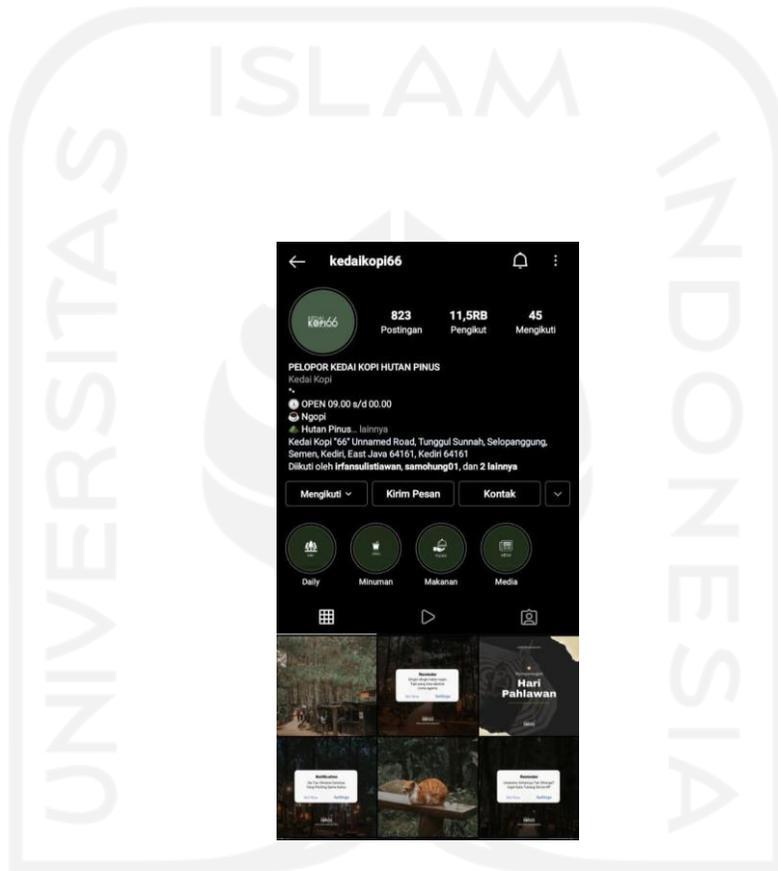
*“Sebelum jadi dikelola bareng memang pernah ada yang dikelola. Dua kali ganti orang nggak berhasil. cuman Taman dibikin Taman gitu ya tetap ada warung tapi cuman satu warung ya istilahnya warung buat orang-orang Perhutani yang mungkin lelah dari kerja di lapangan”*

*(Dhika, wawancara pada 22 Oktober 2021)*

Berawal dari media sosial Instagram, Kedai Kopi 66 mulai dikenal oleh masyarakat luas. Karena Instagram dirasa memiliki pengaruh yang besar pada berjalannya Kedai Kopi 66, pengelola memutuskan untuk menyewa marketing optimization agar akun instagram Kedai Kopi 66 terkelola dengan baik.

“Kalo dulu kan yang megang aku. Terus gak nutut sama waktu kerjanya, jadi gak keurus. Cuma repost- repost aja foto2nya pelanggan2.”

(Irfan, wawancara 3 November 2021)



**Gambar 6 Tampilan Utama Instagram @kedaikopi66**

*Gambar 2 Tampilan Utama Instagram @kedaikopi66*

Setiap satu atau dua minggu sekali tim dari marketing optimization datang ke Kedai Kopi 66 untuk mengambil foto Kedai Kopi dan juga menu baru, untuk konten Instagram. Akibatnya akun Instagram @kedaikopi66 yang sudah memiliki 11 ribu lebih follower menjadi tertata. Mulai dari postingan feed dan hh fjuga update instastory. DM atu Dirrect Massage dan juga Komentar di kolom instagram menajdi aktif terbalas.

*“Hidupnya sini dulu berawal dari instagram. Instagramnya itu cepet loh termasuk perkembangan followernya cepet. Untuk caranya, kita gak ada cara khusus ya. Tapi kita jadi sering-sering post, terus tag akun2 kota seperti kediri hits, kediri lagi atau kuliner kediri dan akun2 kediri lainnya. Tanpa kita harus endorse”*

*(Irfan, Wawancara pada 27 November 2021)*

Instagram, bagi para penggunanya merupakan aplikasi penunjuk dan penjawab atas berbagai pertanyaan mereka. Terutama mengenai keingintahuan mengenai suatu tempat. Pengguna instagram akan mencari referensi di instagram. Seperti tempat- tempat yg sedang hits di suatu kota atau daerah. Instagram akan menampilkan berbagai foto mengenai tempat tersebut. seringnya, foto yang berada di bagian atas adalah foto dengan banyak like. Dan umumnya banyaknya like ditentukan oleh banyaknya pengikut dari akun pengunggah. Akun-akun yang disebutkan narasumber di atas adalah akun akun yang memiliki puluhan ribu pengikut, dengan fokus membagikan postingan orang lain yang menyebut mereka dalam postingannya, tentunya sesuai dengan fokus aku masing masing. Seperti @kedirihitz yang berisi tentang postiga postiga mengenai tempat-tempat atau apapun yg sedang ramai di kediri. Jado dapat dikata aku-aku tersebut merupakan jembatan bagi perintis tempat-tempat nongkrong di kediri. Termasuk kedai kopi 66.

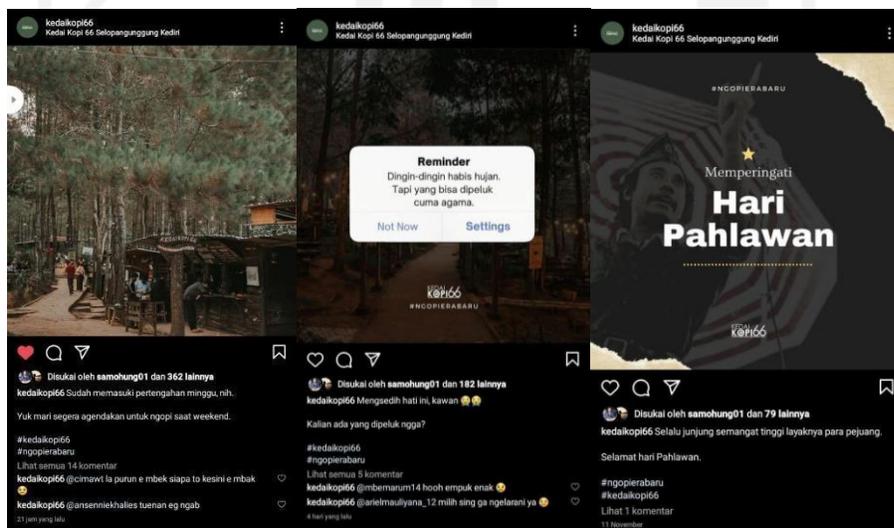
Saat ini konten-konten yang diunggah di instagram @kedaikopi 66 sudah terjadwal dan seragam mulai dari tone foto dan juga editan-editan di setiap kontennya. setiap hari instagram @kedaikopi66 mengunggah informasi jika mereka sudah buka. Hal ini memudahkan calon pengunjung untuk datang sesuai dengan jam buka. Di masa pandemi, instagram juga membantu dalam penyebaran informasi mengenai kedai kopi sedang buka atau tutup, terutama di masa- masa PPKM.



Gambar 7 Tampilan Instastory @kedaikopi66

Gambar 3 Tampilan Instastory @kedaikopi66

Unggahan mengenai menu-menu yang ada di Kedai Kopi 66 juga membantu pengunjung untuk merencanakan menu apa yang akan dipesan nanti saat berkunjung di kedai kopi 66. Agar tidak terlalu lama membolak balik buku menu Kedai Kopi 66 yang memiliki banyak sekali pilihan makanan dan minuman.



Gambar 8 Tampilan Unggahan di Fedd Instagram @kedaikopi66

*Gambar 4 Tampilan Unggahan di Feed Instagram @kedaikopi66*

Selain itu instagram @kedaikopi66 juga mengunggah konten – konten yang mampu menciptakan interaksi dengan para followers. Setiap hari besar juga instagram kedai kopi 66 tidak melewatkan untuk membuat ucapan di kontennya. tentu saja hal ini menjadi nilai plus Kedai Kopi 66 untuk menarik pengunjungnya.

**d. Hutan Pinus Sebagai Area**



**Gambar 9 Kedai Kopi 66**

*Gambar 5 kedai kopi 66*

Kedai Kopi 66 ini diciptakan dengan konsep outdoor karena lokasi tepat di kawasan hutan pinus. Nuansa alam menjadi modal utama para pendiri untuk menarik pengunjung. Saat awal-awal buka kedai kopi 66 memang sudah mengusung konsep outdoor, dengan hanya menata kursi dan meja di sela-sela pohon pinus. Untuk standnya hanya menggunakan satu gerobak untuk meletakkan peralatannya. Letak kedai kopi 66 juga berpindah pindah sebanyak tiga kali. Namun Tetap di kawasan hutan pinus desa selopanggung. sampai akhirnya memutuskan menempati daerah yang saat ini.

Menurut narasumber Irfan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan tempatnya adalah kawasan hutan pinus yang paling depan dan juga paling dekat dengan pemukiman warga. melihat saat itu belum ada kedai atau warung yang buka di kawasan hutan pinus tersebut, lokasi yang dekat dengan keramaian hanyalah pemukiman warga.

Sebenarnya Kedai Kopi 66 terletak di jalur menuju dua wisata yang ada di daerah tersebut yaitu air terjun Dolo dan Air terjun Irenggolo. Namun menurut dika dengan adanya jalur tersebut tidaklah memiliki dampak besar pada ramainya kedai kopi 66, karena sebelum Kedai Kopi 66 buka jalur tersebut memang sepi, bahkan bisa dihitng jari berapa kendaraan yang melintas. Menurut Dhika justru adanya Kedai Kopi 66 lah yang membuat dua wisata tersebut menjadi lebih ramai di kunjungi.

*“Daerah di sini dulu itu sepi jalanan ini sepi istilahnya sudah dianggap jalan mati lah. Soalnya dari air terjun dolo mentok habis. jalan ini habis gak ada Jalan Tembusan lain selain muter lewat Ke arah mojo. Dulu tuh Air Terjun dolo itu ya juga sepi peminat. mungkin dari setelah berkunjung dari sini Mereka mungkin inisiatif naik lagi ke atas mulai dari situ jalanan ini rame. Alhamdulillah ekonomi masyarakat sekitar yo sedikit terbantu lah”* ungkap Dhika sambil menunjuk jalanan di depannya. saat wawancara (22 Oktober 2021) , kami duduk di dekat pintu masuk kedai kopi 66 menghadap jalan raya

Fakta tersebut tidak hanya diungkapkan oleh Dhika saja, namun juga oleh narasumber Gaib saat peneliti temui di depan warung miliknya. ia mengatakan bahwa adanya tempat wisata air terjun tidak menarik pengunjung, dikarenakan tempatnya yang sangat jauh dan juga harus menuruni tangga sepanjang lebih dari satu kilometer, sedangkan air terjunnya juga tidak begitu bagus, sehingga membuat pengunjung kapok dan tidak datang lagi ke tempat tersebut. itu sebabnya jalanan hutan pinus plapar terbilang sepi.

Namun saat ini, saat jalan raya di kawasan hutan pinus plapar sudah ramai pengendara yang lewat, menuju Kedai kopi 66 atau ke

kedai-kedai yang banyak berjejeran di sepanjang jalan raya hutan pinus Plapar. kedai kopi 66 tetap ramai pengunjung dan diuntungkan dengan lokasinya yang berada di pembuka jalan area hutan pinus plapar. menurut Narasumber Irfan perjalanan dari kota menuju are hutan pinus plapar sudah sangatlah jauh dan melelahkan, perasaan ingin cepat sampai dari pengunjung pasti ada. jadi berhenti di tempat paling dekat menjadi pilihan yang tepat.

Kawasan kedai kopi 66 yang juga memiliki lahan cukup luas memberikan banyak opsi tempat pengunjung untuk mengambil foto. Pengunjung bisa memilih berfoto dengan latar pintu masuk kedai kopi 66, di setiap jalan setapak di antara kelompok meja dan kursi, di tempat duduk dengan menyeruput kopi, atau berfoto dengan latar kumpulan hutan pinus yang sejuk. Variasi tempat foto ini banyak ditemukan pada berbagai foto yang diunggah di instagram dengan menandai akun @kedaikopi66.

*Tentu saja ada lokasi dengan spot foto menarik hingga sajian kursi dari potongan kayu yang ditata sedemikian rupa sebagai tempat duduk agar menciptakan kenyamanan tersendiri bagi pengunjung yang datang di tempat itu.*

Tulisan dari Tribunnews Surabaya di atas menandakan bahwa penulisnya memiliki pengalaman datang ke kedai kopi 66 sehingga dapat memberikan informasi dengan menuliskannya di berita online.

#### **e. Sistem Kedai di dalam Kedai**

Meskipun hutan pinus dapat kita jumpai di banyak tempat, namun tidak semua masyarakat menyadari bahwa hutan pinus memiliki potensi besar jika dijadikan tempat wisata. Awalnya kedai kopi 66 merupakan satu kedai yang independen didirikan oleh 4 pendirinya. Namun setelah beberapa waktu kedai itu mulai ramai oleh pengunjung,

beberapa warga ingin bergabung ikut. Bukannya menutup diri dan mengabaikan permintaan masyarakat sekitar. Pihak manajemen kedai kopi 66 membuat ketentuan agar kedai kopi 66 dan masyarakat yang ingin bergabung tidak semrawut.

*“Juga ada warga yang protes, tidak terima. tapi kan itu protes yang tidak mendasar”* ungkap Gaib saat wawancara pada 9 Maret 2022.

*“Dulu sudah pernah kita (LMDH) bikin warung di sana, tapi tidak jadi. akhirnya warga ditawarkan untuk mengurus warung itu, tapi mereka tidak mau katanya tidak ahli dibidang itu”* tambahnya.

Kedai Kopi 66 mendapatkan izin lahan seluas 6 hektar di kawasan hutan pinus plapar. sebab itu masyarakat yang ingin mendirikan kedai atau warung di area 6 hektar tersebut juga berdasarkan izin dari pihak kedai kopi 66. Beberapa masyarakat sekitar ingin ikut berjualan di tempat yang sama. Namun pengelola kedai kopi 66 bersikap tegas agar eksistensi Kedai Kopi 66 tetap bertahan. Mereka memberikan beberapa peraturan mengenai sistem bagi hasil dan juga tidak boleh menyajikan menu yang sama dengan kedai lainnya.

Menurutnya meskipun Kedai Kopi 66 mendapatkan pasar yang luas dan menjadi ramai karena usaha mereka namun masyarakat sekitar juga berhak mendapat bagian dari keuntungan tersebut. karena bagaimanapun juga tujuan awal mereka adalah untuk menciptakan lapangan kerja baru, terutama untuk masyarakat sekitar Hutan pinus Plapar itu sendiri

*“Nah ceritanya dulu kan yang pertama di sini Kedai Kopi 66 terus dari masyarakat ada yang ingin ikut gabung. Bukan nitip tapi ikut jualan soalnya kan tahu kalau di sini ramai. Dulu juga sempet konflik, konflik dalam artian yo gini gapapa gabung ikut jualan tapi harus sesuai aturan kita karena sesuatu itu kalo nggak ada aturannya gak ada sistem pasti semrawut.”*

*(Dhika, wawancara pada 22 Oktober 2021)*

Dengan adanya peraturan tersebut beberapa pihak tidak setuju dan memilih mendirikan kedai sendiri di lahan lain. Namun juga ada beberapa yang setuju dan memutuskan bergabung dengan Kedai Kopi 66. akhirnya pihak manajemen Kedai Kopi 66 memutuskan mendirikan total delapan kedai yang berjejer di dalam area kedai kopi 66. Hal ini menjadikan Kedai Kopi 66 memiliki beragam menu dan menjadi daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh Kedai Kopi 66.

Kedai Kopi 66 memiliki 20 karyawan yang bertugas menjadi kasir, dan pelayan yang menghantarkan makanan ke setiap meja. Untuk tenaga yang memasak, Kedai Kopi 66 memakai sistem mitra. Dengan membangun stand- stand dan ditempati oleh masyarakat sekitar yang ingi bergabung. Saat ini kedai kopi 66 memiliki 8 stand kedai termasuk stand kedai kopi 66 sendiri.

#### 1). Kedai Kopi 66



**Gambar 10 Stand Kedai Kopi 66**

Kedai kopi 66 merupakan kedai pertama dan juga kedai yang dimiliki oleh Ansen, Irfan, Dhika dan Wahyudi. Kedai Kopi 66 menyediakan berbagai macam minuman terutama kopi, seperti kopi susu, kopi tubruk, kopi arabika, kopi robusta, dan

minuman lainnya seperti milkshake dan juga ice blend. kedai ini juga menyajikan makanan ringan pendamping kopi seperti tahu goreng, kentang goreng, juga mendoan.

## 2). Kedai Penyetan



Gambar 11 Kedai Penyetan

Kedai Penyetan dimiliki oleh mitra kedai kopi 66 yang merupakan masyarakat sekitar, kedai ini tidak dikelola langsung oleh pemiliknya, namun mempekerjakan karyawan sebagai pihak ketiga. Kedai penyetan menyajikan menu - menu seperti

## 3). Kedai Soto dan Sate



**Gambar 12 Kedai Soto dan Sate**

Kedai Soto dan Sate merupakan satu satunya kedai milik mitra yang pemilik kedainya terlibat langsung dalam proses memasak dan menyajikan menu. kedai ini menyajikan menu-menu bakaran seperti sate aya, sate tahu, ayam bakar ada juga soto dan aneka olahan lontong seperti lontong tahu dan lontong balap.

#### 4). Kedai Nasi Jagung



**Gambar 13 Kedai Nasi Jagung**

Kedai Nasi jagung juga merupakan kedai milik mitra dengan mempekerjakan karyawan di dalamnya. kedai ini menyediakan olahan nasi jagung seperti nasi jagung goreng.

selain itu juga ada olahan ketela seperti nasi tiwul, nasi tiwul goreng, bola-bola ubi dan juga olahan pisang.

5). Kedai Ikan Asap



Gambar 14 Kedai Ikan Asap

Seperti kebanyakan kedai lainnya, kedai ikan asap juga milik mitra kedai kopi 66 yang mempekerjakan karyawannya dalam memasak dan menunya. menu yang disediakan oleh kedai ini, diantaranya, ikan asap asam- asam, ikan asap kelo kuning, ikan asap sambal colo- colo, ikan asap sambal tomat, sambal bawang, dan masih banyak lainnya.

6). Kedai Ketan



Gambar 15 Kedai Ketan

Kedai ketan juga dimiliki oleh mitra kedai kopi 66, kedai ini juga mempekerjakan karyawan. seperti namanya kedai ini menyediakan menu ketan dengan berbagai topping, seperti original, susu, oreo, keju, kacang, ataupun rasa buah-buah.

7). Kedai nasi dan Mie goreng



Gambar 16 Kedai Nasi dan Mie

Kedai nasi da mie milik mitra yang juga mempekerjakan karyawan yang terbagi menjadi dua shift pagi dan sore. kedai ini menyediakan menu nasi seperti nasi goreng, nasi goreng mawut, nasi goreng ayam, telur maupun sosis. dan juga mie goreng da mie goreng spesial.

8). Kedai Rujak dan Rica- Rica



**Gambar 17 Kedai Rujak dan Rica Rica**

Yang terakhir adalah kedai rujak dan rica-rica. kedai ini merupakan milik mitra atau masyarakat sekitar dan juga mempekerjakan karyawan untuk mengurus kedainya. menu-menu yang disediakan oleh kedai ini diantaranya nasi ayam rica rica, rujak serut, dan juga rujak buah.

Meskipun terdapat banyak kedai di dalamnya, pembayaran semua menu di lakukan di satu kasir yang berada di tengah antara kedelapan stand. saat baru datang, pengunjung akan diperiksa suhu tubuhnya lalu diberi cairan hand sanitizer. Setelah dikira sudah mematuhi protokol kesehatan, pelanggan diberi buku menu dengan selembur kertas dan satu bolpoin. Kemudian pelanggan dipersilakan memilih tempat duduk lalu memilih dan menuliskan menu, setelah selesai pelanggan menuju ke kasir untuk memesan dan langsung membayar.



**Gambar 18 Kasir**

Setiap kedai dikelola oleh orang yang berbeda-beda, beberapa pemilik kedai memperkerjakan orang lain untuk memasak makanan. Dan ada juga pemilik yang menjadi pemasak sendiri di kedainya. Namun untuk sistem pembayaran dari pengunjung tetap berpusat pada satu kasir

*“Makanya kan pembayaran dijadikan satu kasir untuk mempermudah kita, kita kan juga udah pake aplikasi kasir, aplikasinya mukapos. Itu kan di situ di sistem aplikasinya kita kan setiap pagi ada shift. Ada 1 ada 2. Setiap shift ada rekapannya, setiap yang terjual baik dari kedai kopi 66 atau dari kedai2 yang lain ada rekapannya. Jadi misal nasi jagung goreng ada tiga varian, nasi jagung goreng, nasi jagung plus2, nasi jagung spesial. Nah ini nasi jagung gorengnya laku berapa nanti aada, dan nanti bisa dilihat sama pemiliknya. Nanti saumpama ada yang gak cocok, totalannya gak cocok, nanti bisa klarifikasi nanti kan kita bisa lihat di databasenya itu.”*

*(Irfan, wawancara pada 27 November 2021)*

Tidak semua masyarakat yang ingin bergabung dengan Kedai Kopi 66 menerima syarat yang diajukan pihak manajemen Kedai Kopi 66. Beberapa yang menolak memilih mendirikan warung sendiri, dan yang mendirikan di hutan pinus yang berada jauh dari letak kedai kopi 66. Amu beberapa juga ada yang membagi di kawasan hutan pinus yang sudah masuk perizinan kedai kopi 66. Narasumber Irfan mengaku tidak

terlalu keberatan dengan kenyataan itu, ia dan keempat temannya berusaha menanggapi positif dan menjadikan mereka sebagai pesaing sehingga memacu mereka untuk meningkatkan sistem pelayan di kedai kopi 66.

## **2. Representation Of Space**

Selain praktik-praktik dan interaksi dalam ruang, Kedai kopi 66 juga tercipta dari pertukaran informasi yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan yang didapatkan oleh para pediri Kedai Kopi 66.

Menurut Peraturan Walikota Kediri Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota Kediri Tahun 2021-2024, kawasan hutan lindung dapat dialihfungsikan sepanjang mengikuti prosedur dan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pendirian kedai kopi di kawasan hutan pinus plapar harus melalui perizinan oleh pihak perhutani. di antara masyarakat/ investor dengan perhutani terdapat satu lembaga bernama LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan). yang bertugas sebagai perantara antara masyarakat dengan pihak perhutani. Kedai Kopi 66 terletak di kawasan hutan pinus desa selopanggung, jadi perizinannya melalui LMDH desa selopanggung.

Di kawasan hutan pinus plapar, pohon pinus dan getah pohon pinus menjadi sumber pendapatan utama perum perhutani. untuk mendapatkan getah, pohon pinus harus disadap terlebih dahulu lalu menunggu beberapa hari untuk kemudian diambil dan dikumpulkan. penyadap dan pengumpul getah pinus berasal dari masyarakat sekitar hutan pinus tersebut. LMDH lah yang bertugas menjembatani antara mereka. selain dalam hal penyadapan getah, beberapa masyarakat ada yang meminjam lahan hutan untuk menanam, LMDH berperan menyalurkan bagi hasil dari panen tanaman masyarakat tersebut kepada

pihak perhutani. begitu juga dengan peminjaman lahan guna pariwisata atau usaha seperti kedai kopi

Menurut Gaib, Ketua LMDH desa selopanggung, ia mengizinkan pendirian kedai kopi 66 meskipun pendirinya adalah masyarakat luar desa tersebut karena sebelumnya masyarakat setempat sudah diberi kesempatan untuk berusaha di sana, namun belum ada yang berhasil. “Syaratnya hanya tidak boleh menebang pohon” tambah Gaib (wawancara 9 Maret 2022).

Untuk menghindari menebang pohon, pihak kedai kopi 66 menyesuaikan letak pohon dalam penataan ruangnya. “tidak ada gambaran pasti terinspirasi dari tempat lain, yang pasti ide desain tempat ini dari “otak atik matuk” kata narasumber irfan.

Saat peneliti berkunjung pada 6 Maret 2022, narasumber Irfan, Dhika, dan juga wahyudi sedang berbincang santai di depan kedai ketan dengan salah seorang karyawan. saat itu sore menjelang magrib pengunjung tidak terlalu ramai, saya ikut bergabung dan mengobrol dengan mereka,. di sela-sela obrolan, saya mengajukan pertanyaan mengenai inspirasi desain kedai kopi ini dari mana, menurut irfan, tidak ada spesifik tempat yang mereka jadikan sebagai acuan desain kedai kopi 66, mereka hanya sebisa mungkin berusaha mempertahankan konsep alam, sehingga membuat bangku- bangku kedai dengan bahan kayu dengan hanya cat mengkilap tanpa mengubah warna asli kayu. mendengar penjelasan irfan tersebut, dhika dan wahyudi yang berdiri di sampingnya turut mengiyakan dengan menganggukkan kepala.

Dhika menambahkan bahwa peletakan- peletakan kursi menyesuaikan dengan posisi pohon-pohon pinus, tidak ada takaran khusus, sekiranya cocok dan rapi disitulah mereka meletakkannya.

karena dari awal buka mereka hanya memiliki sekitar sembilan kursi jadi mereka hanya menatanya sembarangan, tanpa desain khusus. seiring bertambahnya waktu, pengunjung semakin banyak, mereka menambah kursi dan meletakkannya di tempat yang sekiranya terlihat rapi tanpa menebang pohon, begitu seterusnya, hingga tersusun bentuk tempat seperti saat ini. Beberapa kursi mulai diganti dengan kursi permanen dengan bahan bata dan semen. menurut Irfan bahan itu dipilih karena bahan kayu lebih cepat lapuk dan rusak.

Sedangkan dari pernyataan Ansen, latar belakangnya yang merupakan seorang pebisnis sejak dia kuliah, dia juga ia memiliki sebuah kafe di kota Kediri, membuatnya paham mengenai minat pasar, dia mulai menggambar peta tempat. saat peneliti tanya mengenai sumber inspirasi, Sama seperti yang lainnya, Ase menjawab bahwa tidak ada patokan tempat. amu ia memperhatikan model-model kafe kebayakan di Kediri yang lebih tua bertema industrial membuatnya ingin mendirikan kafe di alam. selain itu ia juga ingin mengembalikan esensi *ngopi* yang sebenarnya yaitu mengobrol dengan orang di sekitarnya. dan hutan pinus dinilai tepat untuk membuat orang lebih tertarik mengobrol dengan orang di dekatnya daripada bermain handphone saat *ngopi*.

### 3. Representational Space

Praktik-praktik, interaksi, komunikasi dan informasi yang dialami oleh pengguna ruang termasuk pendiri kedai kopi 66 berpengaruh kepada mereka-mereka atau pengalaman yang didapat oleh para pengguna kedai kopi 66.

Pengunjung Kedai Kopi 66 tidak hanya berasal dari kota Kediri namun juga kota-kota di sekitarnya, seperti Nganjuk, Tulungagung, Blitar dan sekitarnya, hal ini dapat dilihat dari nomor plat kendaraan pengunjung di kedai kopi 66.

Misna, salah satu pengunjung Kedai kopi 66 mengaku mengunjungi kedai kopi 66 untuk mencari ketenangan. “karena tempatnya alam banget, jadi pas untuk healing” ungkapnya sembari menikmati musik dari penyanyi akustik waktu itu (6 Maret 2022).

Kedai Kopi 66 buka jam 9 pagi dan tutup pukul 10 malam. Sebelum pandemi melanda, kedai Kopi tutup hingga pukul 12 malam. Kebanyakan pengunjung datang dari kota, mereka ingin menepi sebentar dari keramaian kota,. Suasana alam hutan pinus cukup mengobati rasa lelah dan jenuh di kota. Selain itu banyaknya menu yang ditawarkan membuat pengunjung tidak bosan untuk datang karena selalu ingin mencoba menu lain yang ada di Kedai Kopi 66.

Selain tempat dan suasana hutan pinus yang menyajikan rasa tenang dan juga indah untuk difoto, lagu-lagu yang diputar dan dapat didengarkan oleh para pengunjung kedai kopi 66 menambah suasana lebih nyaman, karena setiap peneliti mengunjungi kedai kopi 66 selalu terdengar lagu-lagu tenang yang di putar, seperti lagu yang dibawakan oleh nadim hamizah, adhitia sofyan, payung teduh, Fiersa besari, dan musik musik dari penyanyi semacamnya.

Selain lagu - lagu yang diputar dari pemutar musik, setiap hari sabtu dan minggu terdapat live music, dengan penampilan penyanyi-penyanyi dan grup band lokal. Kedai Kopi 66 memiliki panggung yang terletak di sudut kedai sehingga pengunjung yang duduk di sebelah manapun dapat terlihat dari panggung tersebut.



**Gambar 19 Live Music**

Live music setiap akhir pekan dimulai pukul 10.00 sampai pukul 10 malam. Di tengah Live music Salah satu team dari pemusik biasanya berkeliling meminta sumbangan. Saat itu para pengunjung bisa mengusulkan lagu atau menyumbang dengan ikut bernyanyi di panggung. Berbeda dengan lagu- lagu yang biasa diputar menggunakan pemutar suara di kedai kopi 66, Live music lebih bervariasi dalam membawakan genre musiknya, mulai dari dangdut, koplo, pop, lagu berbahasa jawa, bahasa indonesia sampai bahasa inggris. Lebih mengikuti trend lagu apa yang sedang diminati di daerah tersebut.

Menurut dhito yang saat itu baru selesai bernyanyi di panggung, mereka mendapat banyak sekali request lagu lagu jawa atau dangdut setiap tampil di Kedai Kopi 66. dhito bersama satu temannya bernyanyi hanya untuk mengisi waktu luang. selain itu mereka hanya pentas di kedai kopi 66, karena di hari-hari biasa mereka sibuk dengan pekerjaan masing- masing. menurutnya pentas di kedai kopi 66 bisa lebih leluasa “suaranya lebih loss dibanding dengan di dalam ruangan” ungkap dhito yang sedang menghitung uang dari kotak live music (wawancara 6 maret 2022).

Menurut irfan yang saat itu sedang mengobrol santai dengan dhika dan wahyudi, ia datang ke kedai kopi 66 sebenarnya tidak untuk bekerja, namun untuk main. “lha wong kadang kerjaan saya malah saya kerjakan di rumah, disini saya cuma main sambil mengawasi sekitar kadang kalau rame juga ikut bantu melayani pengunjung” ungkap irfa. ia merasa kedai kopi 66 adalah tempat yang cocok untuk main dan menikmati pemandangan. meskipun setiap hari ia berangkat pagi pulang malam, ia merasa tidak sedang bekerja, lebih ke mai “ awalya dulu saat awal-awal merintis saya merasa tempat ini terlalu jauh. rumahku di kota perjalan ke sii cukup melelahkan, tapi setelah bertahun-tahun ternyata saya malah menikmatinya” tambah irfan. memang tempat yang sejuk dan pemandangan yang menyegarkan dapat menghilangkan penat setelah perjalan jauh.

“Kalau saya ya tempat *ngopi*, saya kan kerjanya di luar, tugasnya membeli stok bahan untuk jualan, pas balik kesini ya ini jadi tempat istirahat, *ngopi*.” begitu jawab wahyudi saat saya ajukan pertanyaan yang sama.”yo *ngopi* yo kerjo” tambahnya. wahyudi memang gemar *ngopi*, saat di kedai kopi 66 ia biasa membuat kopi sendiri untuk ia nikmati.

Berbeda lagi dengan jawaban dhika “ Cuci mata “ celetusnya saat saya ganti bertaya pada nya. lalu disambut gelak tawa kedua temanya “Bener, di sini itu tempatnya biki awet muda” tambah Irfan memperkuat pernyataan dhika. menurut dhika banyak nya orang yang berkunjung terutama perempuan membuatnya tidak jenuh berada lama lama di kedai kopi 66. selain itu disana ia juga bisa bertemu dan bercakap dengan banyak orang baru setiap harinya.

Memang kedai kopi 66 dengan suasananya yang alami, membuat siapapun merasa relax berada di dalamnya. banyak pengunjung yang datang karena ingin bersantai dari padatnya kegiatan

di rumah. begitu juga dengan para pekerja dan karyawan yang ada di kedai kopi 66. jadi wajar jika banyak yang menganggap tempat tersebut sebagai tempat main dari pada bekerja.

Pihak LMDH mengusulkan perizinan lahan untuk kedai kopi 66 seluas 6 Hektar. setelah diizinkan, pihak LMDH bertugas untuk mengawasi berjalannya kedai kopi untuk selanjutnya dilaporkan kepada pihak perum perhutani. Menurut Gaib selama pengawasan saat awal-awal buka, pihak kedai kopi 66 memang berpotensi dalam mendirikan kedai, sehingga membuat tempat yang dulunya sepi penderitang sekarang menjadi ramai. Gaib juga mengakui bahwa adanya kedai kopi 66 membuka lapangan usaha bagi masyarakat sekitar, banyak warung-warung buka di sepanjang jalanan hutan pinus plapar. mengingat dulu jalanan tersebut merupakan jalanan mati yang jarang dilalui orang. selain itu, masyarakat di sepanjang jalan menuju kedai kopi 66 banyak yang membuka warung, tambal ban, ataupun berjualan bensin. “sekarang orang punya dagangnya apa, jagung atau durian ditaruh di depan rumah, orang lewat, laku. ada yang beli” ungkap Gaib sambil menunjuk jalanan di depan warungnya.

Saat awal peneliti mengunjungi Kedai kopi 66 di tahun 2021, jalanan menuju kedai kopi 66 belum banyak terdapat penerang jalan. hanya beberapa titik tertentu saja yang ada penerangan terutama di pemukiman warga. padahal jalanan menuju kedai kopi 66 banyak terdapat sawah-sawah atau ladang- ladang yang jauh dari pemukiman. saat ini, jalanan menuju kedai kopi 66 atau hutan pinus plapar sudah banyak dijumpai lampu penerang jalan. tidak menutup kemungkinan pemasangan lampu penerang jalan tersebut dikarenakan jalanan tersebut sudah mulai ramai digunakan masyarakat desa sekitar hutan, atau pengunjung dari luar desa.



**Gambar 20 Jalan Belum Ada Penerangan 27.11.2021**



**Gambar 21 Jalan Sudah Terpasang Penerangan 6.3.2022**

Kedai kopi 66 didirikan dengan tekad memberdayakan masyarakat sekitar hutan pinus plapar. Hal ini saya tangkap saat narasumber irfan memaparkan visi dan misi kedai kopi 66.

*“Pokok yang jelas, nanti sampean uraikan sendiri ya. Yang pasti kita harus punya efek punya impact buat warga sekitar. Di awal mas ansen sudah bilang gini ke ketua lmdh “ pak saya disini jangan di rusuhui saya jamin saya bakal punya efek untuk orang-orang di sini”. Buktinya sekarang karyawan di sisni rata2 lulusan smp warga sini, dulu di sini jalanan mati. Nanti pas pulang lihatlah kiri kanan orang jual bensin orang tambal ban sudah banyak. Ya mungkin kalau tidak diakui tidak papa tapi kan bisa dilihat sendiri. Efeknya gak Cuma di desa tapi*

*sampai lingkup kecamatan. Sekarang tempat2 serupa sudah banyak” – irfan 27 november 2021*

Pernyataan tersebut dibuktikan dengan berbagai praktik keseharian di kedai kopi 66 dan juga orang-orang di dalamnya. Hampir seluruh pekerja kedai kopi 66 adalah masyarakat yang tinggal di dekat kedai kopi 66.

*“Saya memilih Kerja di sini karena lebih dekat. Sebelumnya juga ada yang jauh-jauh tapi terus keluar, gimana ya mbak, kan ini mulai musim hujan , nanti sore kan hujan takutnya kalo pulang kehujan. Biasanya kadang kan sampe malem jam 10 an”*

*(Novita, wawancara 3 November 2021)*

Sebelum bekerja di kedai kopi 66 novita sempat bekerja di pabrik Gethuk yang berada di kota., novita memilih meninggalkan pekerjaan itu karena merasa tempat bekerjanya dulu terlalu jauh dengan rumahnya. Akhirnya selang beberapa waktu Novita bekerja di kedai kopi 66. Ia mengaku lokasi yang sangat dekat dengan rumahnya membuat ia tidak perlu khawatir memikirkan keluarga di rumah, dan juga tidak menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk berangkat dan pulang dari dan menuju rumahnya. Novita merupakan pemasak di salah satu stand di dalam Kedai kopi 66. Kedai kopi 66 memiliki 8 stand di dalamnya termasuk stand kedai kopi 66 sendiri.

Saat merekrut pekerja, pihak manajemen kedai kopi 66 tidak terlalu mementingkan ijazah pelamar. Mereka mengutamakan masyarakat sekitar kedai kopi 66.

*“98 persen orang sini. Ya mungkin kita ambil beberapa dari luar sini ya karena sampean tau sendiri lah dari segi sdm pasti teep ada beda dari kota sama yang dari sini. Ya memang diutamakan masyarakat sini. Karena dari masakan juga kan, dulu di sini laris, yo alhamdulillah dapat rejeki kan di sini, jadi kita bisa gak bisa harus ikut mengangkat ekonomi sekitar. Entah bagaimanapun latar belakang pendidikannya*

*atau bagaimanapun itu sdmnya ya itu udah jadi pr kita. Jadi kita sambil bekerja juga sambil memberikan ilmu juga.”- Dhika, Wawancara 22 Oktober 2021*

Untuk sistem kerja yang ditetapkan adalah karyawan masuk sesuai shift, dalam satu hari terbagi sebanyak dua shift. Shift pertama dimulai pukul 07.00 sampai pukul 04.00 sore, karyawan bebas tidak harus memakai seragam, hanya hari –hari tertentu saja karyawan diharuskan memakai seragam.

Peraturan kerjanya juga tidak terlalu ketat. beberapa waktu terlihat Dhika dan juga Wahyudi, dua dari 4 pendiri kedai kopi 66 tengah berbincang santai dengan para karyawan, beberapa diantaranya terlihat mengapit sebatang rokok di tengah jari jemarinya, dengan sesekali menghisap dan menyemburkan asap dari mulutnya. Saat itu sekitar pukul 11 siang, yang artinya adalah masih di jam kerja.

Suatu waktu juga saya mengamati seorang karyawan sedang mengantarkan pesanan ke meja pengunjung, setelah itu ia mengembalikan nampan ke salah satu kedai. Lalu ia keluar dan menghampiri seseorang di meja salah satu pengunjung. Terlihat bahwa mereka saling mengenal. Mereka berbincang selayak nya para pengunjung di meja lainnya. setelah beberapa waktu berselang seseorang dari dekat kedai memanggilnya, sepertinya ada pesanan, lalu dia tidak terlihat, kemudian ia keluar dengan membawa nampan dan mengantarkan pesanan ke meja salah satu pengunjung. Setelah selesai ia kembali lagi duduk menemui temanya tadi.

*“Kalo pas rame gak bisa (meemui tema) mbak ati takutnya dimarahi sama atasan. Kalo pas hari – hari biasa isyaallah bisa. kalo banyak pesanan ya ndak bisa soale harus profesional kerja dan ikut aturannya mbak” (ovita, wawancara 4 Januari 2022)*

Saat melakukan pembangunan atau renovasi pihak kedai kopi 66 juga mempekerjakan tukang dari sekitar kedai kopi 66. Bukan hanya pekerjaan saja, tetapi juga baha bagunannya, pihak kedai kopi 66 aka mencari material bangunan di toko bangunan terdekat dengan kedai kopi 66, jika yang dibutuhkan tidak ada, mereka baru mencuri di toko lain yang lebih jauh. Menurut wahyudi ii dilakukan untuk memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, da juga salah satu cara yang dilakukan pihak manajemen kedai kopi 66 menjaga hubungan yang harmonis dengan warga sekitar kedai. Hal ini diakui berdampak baik oleh wahyudi. Mereka (pihak kedai kopi 66 dan masyarakat sekitar) menjadi saling membantu.

*“Misal kalau dimintai bantuan untuk langsung dibantu oleh warga Contohnya tiba” listrik ada yang konslet langsung cari warga yang memang bisa di bidang kelistrikan , pasti dibantu oleh warga”*

Kedai Kopi 66 juga memiliki makna lain bagi para penggunanya. salah satunya adalah Novita, Novita ialah karyawan Kedai kopi 66 sejak tahun 2020, awal mula ia bekerja disini karena pernah berkunjung ke kedai kopi 66 saat awal tahun 2020 dan bertemu dengan Riyan (saat ini suami novita) yang saat itu bekerja sebagai karyawan di kedai kopi 66. Novita bercerita bahwa pertemuan itulah yang akhirnya membuat mereka dekat dan di tahun berikutnya yaitu 2021 ia menikah dengan riyan. dan akhirnya bertempat tinggal di rumah suaminya yang dekat dengan kedai kopi 66. bagi Novita kedai kopi 66 merupakan saksi bisu pertemuannya dengan Riyan

## **B. PEMBAHASAN**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi membentuk sebuah ruang kedai kopi 66 dan juga bagaimana sebuah ruang kedai kopi 66 membentuk komunikasi di dalamnya. Tempat dan ruang memiliki makna yang berbeda, tempat dipahami sebagai buah buah pikiran dan pengalaman individu yang pada akhirnya membentuk kebiasaan khusus berdasarkan kondisi lokal dan wacana. sementara itu ruang diibaratkan sebagai gerakan dari badan, barang, modal dan komunikasi (Paul C Adam:2011).

Beberapa penelitian terdahulu membahas mengenai produksi ruang. namun kebanyakan berfokus dalam segi arsitektur dan juga sosiologi. selain itu penelitian-penelitian tersebut jarang bahkan belum ada yang menggunakan konsep komunikasi geografi dan produksi ruang henri lefebvre.

Penelitian oleh (Nurhadi, Amirudin dan Mahardika) yang berjudul Produksi Ruang dan Perubahan Pengetahuan pada Masyarakat Sekitar Objek Wisata Waterland. penelitian ini menggunakan konsep produksi ruang milik Henri Lefebvre untuk mengungkap mengenai produksi ruang mutlak wisata waterland. yang dulunya adalah tanah bengkok milik desa lalu di diubah menjadi lahan wisata. dengan konsep produksi ruang, penelitian tersebut mengidentifikasi pembentukan pengetahuan dan wacana masyarakat desa setelah adanya pembangunan tempat wisata di desanya. penelitian ini lebih berfokus pada wacana pembangunan wisata waterland oleh kepentingan pemerintah desa dalam mengubah fungsi tanah bengkok. pada akhirnya penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat perubahan dan produksi ruang secara mutlak yang menjadi kehidupan masyarakat sehari-hari menjadi ruang abstrak yang dilegitimasi oleh wacana bagi kepentingan pemodal. selain itu juga berdampak pada kerusakan sumber daya alam terutama sumber daya air disebabkan penggunaan yang berlebihan oleh pihak pengelola wisata waterland. berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan konsep produksi ruang untuk mengungkap bagaimana proses

komunikasi yang terjadi pada pengguna ruang kedai kopi 66 sehingga mampu menciptakan bentuk ruang kedai kopi 66 seperti saat ini.

Kedua penelitian mengenai komunitas satoe atap yang menciptakan ruang belajar dan bermain bagi anak jalanan di kota Semarang (Purnama, Yusuf: 2020). Penelitian tersebut menggunakan pemikiran Henri Lefebvre mengenai produksi ruang. dalam penelitian ini, ruang publik di pusat kota berubah menjadi ruang privat disebabkan gencarnya pertumbuhan kota modern. ruang baru yang diciptakan menjadi tidak ramah terhadap masyarakat terutama kalangan miskin. menurut penelitian ini hal tersebut merupakan hasil dari produksi ruang sosial yang mencakup praktik ruang representasi ruang, dan ruang representasi. kehadiran ruang- ruang modern tersebut turut mendorong kehadiran dua pihak dari sisi pinggiran, yaitu pedagang di sekeliling pusat perbelanjaan dan anak jalanan. meskipun begitu penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana komunitas satoe atap bertahan untuk terus menyediakan tempat belajar bagi anak-anak jalanan. penelitian tersebut masih terlalu umum dalam membahas produksi ruang, berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yang menggunakan konsep produksi ruang untuk melihat perubahan ruang pada hutan pinus menjadi Kedai Kopi 66.

Berikutnya terdapat penelitian mengenai proses terjadinya praktik spasial, bentuk ruang representasi, dan proses terbentuknya representasi ruang di kampung Inggris Pare (Wulandari: ) Produksi ruang tidak terlepas dari kegiatan ruang- ruang yang telah diproduksi dan digunakan sehingga ruang- ruang yang sebelumnya tidak dapat menghasilkan lagi. dalam hal representasi ruang yang dialami oleh warga juga berubah, dari yang awalnya desa Tulungrejo merupakan tempat hunian yang berisi rumah- rumah dan perkampungan yang sederhana, menjadi memiliki representasi ruang baru yang diciptakan oleh kelompok pendatang yang lebih dominan. produksi ruang dapat memicu terjadinya konflik diantara para pemilik ruang asal dengan pemilik ruang baru. permainan para pemilik modal membuat warga lokal tunduk. warga lokal menyerah dan pasrah dengan kedatangan pendatang yang lebih berperan menggunakan

ruang milik masyarakat. berbeda dengan penelitian yang dilakukan penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui produksi ruang yang terjadi pada warga lokal dengan pendatang, persingan, konflik, dan simbol sebagai kampung inggris. Teori produksi ruang Henri Lefebvre dalam penelitian tersebut digunakan untuk membongkar kondisi sosial yang berada pada masyarakat desa tersebut. sedangkan dalam penelitian yang dilakukan peneliti teori produksi ruang digunakan untuk membedah proses- proses yang dapat membentuk ruang baru yang tidak menyatu dengan ruang milik masyarakat namun juga memiliki dampak untuk masyarakat hutan pinus itu sendiri

Yang terakhir penelitian mengenai bagaimana kopi dalam menciptakan ruang. penelitian yang berjudul Kedai Kopi: Kepintaran Kopi dalam Menciptakan Ruang di Kota Malang (Dwi, Mutia, Agustin : 2020). Penelitian ini menyoroti arsitektur kedai kopi yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah dalam menikmati kopi namun juga sebagai simbol dan citra dari gaya hidup kekinian para milenial. penelitian ini termasuk penelitian eksploratif dengan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif). setiap kedai kopi berusaha menunjukkan identitasnya agar pengunjung mudah untuk mengidentifikasi ruang arsiteknya. penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kopi dapat menciptakan berbagai ruang, termasuk ruang budaya, dimana kopi menciptakan budaya bersosialisasi dan interaksi saat menikmatinya, kedua ruang arsitektural dimana kedai kopi berusaha menciptakan ruang yang dapat diakses oleh individu secara bebas. ketiga ruang imajinatif dimana pengunjung didorong untuk merepresentasikan tempat mereka meminum kopi. yang terakhir adalah ruang digital dimana kedai kopi menimbulkan komunikasi dan interaksi dalam ruang digital seperti media sosial. dalam segi konsep penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti, hanya saja dalam segi objek sama- sama meneliti kedai kopi.

Penelitian yang dilakukan peneliti dapat melengkapi penelitian-penelitian diatas. Produksi ruang pada Kedai Kopi 66 dapat terjadi karena berbagai faktor. peneliti memilih menggunakan teori produksi ruang dengan metode penelitian etnografi untuk melihat lebih dekat interaksi- interaksi yang terjadi di dalamnya. peneliti menemukan

interaksi-interaksi tersebutlah yang pada akhirnya menjadi praktik- praktik, pengetahuan, dan pengalaman bagi para pengguna ruang tersebut.

Belum ditemukan pada penelitian sebelumnya penelitian mengenai kedai kopi menggunakan teori produksi ruang, begitu juga sebaliknya. teori produksi ruang lebih banyak digunakan untuk melihat unsur unsur arsitektur dan juga produksi sosial dalam suatu ruang, sedangkan penelitian ini lebih menekankan unsur komunikasi di dalamnya.



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Ruang kedai kopi 66 tampak biasa jika dilihat secara sekilas, sama seperti tempat - tempat *ngopi* lainnya. namun jika dilihat dengan seksama menggunakan 3 konsep Henri Lefebvre banyak sekali interaksi di dalamnya yang membentuk ruang kedai kopi 66. dari konsep produksi ruang diketahui bahwa terbentuk kedai kopi 66 adalah karena adanya komunikasi atau pertukaran- pertukaran informasi di dalamnya.

Terbentuknya kedai kopi 66 diawali dengan menyebarnya tren *ngopi* di daerah kediri. Ansen lebih dulu mendirikan kafe yang berada di area kota untuk ikut meramaikan tren kafe tersebut. dari sana Ansen dan teman - temanya menyadari bahwa bentuk2 kafe di kota kediri begitu monoton dan mereka berinisiatif untuk membuat kafe bernuansa alam. Karena ide tersebut terbentuklah kedai kopi 66 yang disetting secara fisik dengan tempat duduk, meja - meja, panggung musik, mushola, kamar mandi, dapur dan juga berbagai spot foto.

Fasilitas-fasilitas di atas memunculkan praktik- praktik seperti jual beli, makan, minum, memasak, bernyanyi, beribadah, berfoto, mengobrol serta interaksi dan komunikasi di dalamnya. sehingga terbentuklah ruang baru di kawasan hutan pinus plapar yang sebelumnya hanya digunakan untuk lahan pertanian.

Dalam produksi ruang, ruang tidak dapat dipersepsi tanpa memahaminya. pemahaman atau pengetahuan para pendiri kedai kopi 66 telah

mengubah hutan pinus menjadi kedai kopi. Ansen sebagai salah satu pendiri yang sudah terlebih dahulu mendirikan tempat *ngopi* di area kediri kota, membuatnya menyadari terbatasnya tempat *ngopi* bernuansa alam. Keputusan Ansen mengajak ketiga temannya yang juga sama-sama suka nongkrong dan *ngopi* membuat mereka memiliki pengetahuan mengenai berbagai tempat *ngopi* terutama yang ada di kota kediri. Pengalaman-pengalaman mengenai tempat kopi, dan juga pengalaman Ansen dalam bisnis kafe tersebut dapat menghadirkan Kedai kopi 66 seperti saat ini. Mulai dari tata ruangnya hingga sistem pekerja di dalamnya. Meskipun berbanding terbalik dengan jurusan kuliah mereka (teknik sipil dan industri), pengalaman dan pengetahuan mereka dalam berkuliah dan berorganisasi membantu mereka dalam mediasi dengan masyarakat sehingga mereka mendapat dukungan dari masyarakat, tentu saja dukungan tersebut sangat berdampak pada berjalannya kedai kopi 66.

Makna atau imaji atau pengalaman dalam ruang juga ikut berperan dalam produksi ruang kedai kopi 66, setiap individu akan memiliki pengalaman yang berbeda dengan individu lain dalam satu ruang. Oleh karenanya beberapa orang yang peneliti temui di kedai kopi 66 memiliki imaji atau pengalaman yang berbeda satu sama lain. Ruang kedai kopi 66 banyak dimaknai dengan sejuk, tenang, menghilangkan penat, pengunjung kedai kopi 66 kebanyakan merupakan masyarakat kota yang jauh dari tempat-tempat hijau seperti hutan, kebun dan sawah. Para pendiri kedai kopi 66 yang setiap harinya datang untuk bekerja juga merasa bahwa kedai kopi 66 sebagai tempat untuk menyegarkan diri daripada tempat untuk bekerja.

## **B. Keterbatasan Peneliti**

Dalam mengerjakan penelitian ini, peneliti mengalami beberapa kendala. Yang pertama terbatasnya sumber rujukan yang membahas produksi ruang dari segi komunikasi geografi, selain itu hampir seluruh rujukan menggunakan bahasa Inggris. Sehingga peneliti harus mengulang-ulang ketika

membaca agar dapat memahaminya dengan benar. kendala yang kedua objek peneliti pilih berjarak cukup jauh dari tempat tinggal peneliti, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi sehingga peneliti harus sering mengunjungi objek penelitian untuk melakukan wawancara dengan narasumber. selain itu waktu yang cukup lama dibutuhkan untuk mengumpulkan data penelitian, menganalisis, lalu menyimpulkan hasil penelitian.

### **C. Saran dan Rekomendasi**

Penelitian yang membahas suatu ruang dengan menggunakan teori produksi ruang dan juga komunikasi geografi masih cukup sulit di temukan di Indonesia. diharapkan peneliti- peneliti lainnya dapat lebih peka dengan fenomena - fenomena yang sedang berlangsung di sekitar dan dapat melihatnya dengan perspektif yang berbeda. Dan penelitian ini dapat menambah rujukan penelitian mengenai produksi ruang dan komunikasi geografi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, P.C. (2011). *A Taxonomy of Communication Geographies in Progress in Human Geography* 35(1), h 37-57.
- Adams, PC., & Jansson, A. (2012). *Communication geography: A bridge between disciplines. Communication Theory*, 22(3), 299–318.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01406.x>
- Andiprasetyo, Justito. Sandi JS. (2017). Taman Alun- Alun: Produksi Ruang (Sosial) dan Kepublikan. Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
- Andrian, J., & Nadapdap, J.H. (2020). Pengaruh wisata hutan pinus top selfie kragilan terhadap pemberdayaan dan perubahan sosial masyarakat petani di wisata hutan pinus top selfie kragilan. Universitas kristen satya wacana salatiga.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dhona HR, (2018). Komunikasi Geografi. Volume 13, Nomor 1.
- Falkheimer, J., & Jansson, A. (2006). *Geographies of communication: The spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom
- Geraldy, G. (2017). Determinasi Kapitalisme Industri dalam Politik Penataan Ruang Perkotaan di Kabupaten Gresik. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 4(1), 25-41.  
Doi: 10.22146/jps.v4i1.23624.
- Hadi, BS. (2006). Diktat Kuliah Geografi Komunikasi. Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Hendra, Djaja. (2018). Analisis Pemikiran Henri Levebvre Tentang Ruang Dalam Arsitektur Modern: Suatu Perspektif Sosiologis
- Mulyana, Deddy. 2009. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Kamarusdiana. (2019). Studi Etnografi dalam Kerangka Masyarakat dan Budaya. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i* 6(2): 113-128. DOI: 10.15208/SJSBS.V6I2.10975.
- Lefebvre, Henri. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell
- Low, Setha. (2017). *Spatializing Culture: The Ethnografi of Space and Place*. London: Routledge.
- Nurhadi, Iwan., Amiruddin & Rozalina G.M.2019." Produksi Ruang dan Perubahan Pengetahuan pada Masyarakat Sekitar Objek Wisata Waterland," *Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya* 3(1): 46-64. DOI: 10.21776/ub.sosiologi.jkrbs.2019.003.1.04
- Setiawan, A. (2017). Produksi Ruang Sosial sebagai Konsep Pengembangan Ruang Perkotaan (Kajian atas Teori Ruang Henri Lefebvre), 33(1), 1-12. Doi:10.20961/hsb.v33i1.4244.
- Simanjuntak, A. W., & Kurniawan, R. K. (2014). Produksi Ruang "Ngamen" Pada Ruang Publik Kota. *Jurnal Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia*, 1-20.
- Susanti, F, & Agustin, D. (2020). Kedai Kopi: Kepintaran Kopi dalam Menciptakan Ruang di Kota Malang. *Jurnal Arsitektur Sinektika*, 17(2), 149-154. Diambil dari <http://journals.ums.ac.id/index.php/sinektika>
- Tafsir Al-Qur'an Surat Al- Mulk ayat 15 <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-mulk-ayat-15-berkelanalah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dan-kekekalan-allah>
- Utami, K, & Nurcholis, M. (2020). Perubahan ekosistem hutan pinus puncak becici dlingo akibat kegiatan pariwisata. *Jurnal ilmiah lingkungan kebumian*, 3(1): 45-56.
- Windiani, & Farida NR. (2016). Menggunakan Metode Etnografi dalam Penelitian Sosial. Vol 9(2): 87-92

Wulandari, S. Produksi Ruang dan Representasi Ruang dalam Dinamika konflik Spasial di Kampung Inggris, repository.unair.ac.id/68353/, (2017).

