

BUDAYA NGOPI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI MAHASISWA BANJARBARU

Annisa Ramadhanty¹, Risa Dwi Ayuni², Junaidy³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM
18110160

²Ilmu Komunikasi, 70201, Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN
1122129001

³Ilmu Komunikasi, 70201, Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN
1102088702

E-mail: ramadhanian683@gmail.com

ABSTRAK

Annisa Ramadhanty,18110160. Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui Untuk mengetahui dan memahami fenomena budaya ngopi sebagai sarana komunikasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif data dikumpulkan dengan sumber Data primer dari hasil wawancara kepada 5 orang informan. Analisis data menggunakan analisa kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan data, menguraikan data dengan mendeskriptifkan datayang diperoleh dari penelitian baik itu data primer maupun data skunder dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami.

Hasil penelitian coffee shop merupakan ruang publik yang sangat cocok digunakan masyarakat serta mahasiswa untuk berinteraksi sosial menyalurkan segala aspirasi dan inspirasi nya untuk tujuan demi kemajuan bersama. Ngopi di coffee shop sangat efektif dalam dalam membentuk suatu pola interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, ataupun kelompok dengan kelompok.

Kata kunci : : Budaya Ngopi, Komunikasi, Mahasiswa, Banjarbaru

ABSTRACT

Annisa Ramadhanty, 18110160. The purpose of the study was to find out and understand the phenomenon of coffee culture as a means of communication. The research method used a qualitative approach with qualitative descriptive research. Data were collected from primary data sources from interviews with 5 informants. Data analysis uses qualitative analysis, namely by describing the data, describing the data by describing the data obtained from research, both primary data and secondary data using language that is easy to understand and understand.

The results of the research coffee shop is a public space that is very suitable for use by the community and students to socially interact and channel all their aspirations and inspirations for the purpose of mutual progress. Coffee in a coffee shop is very effective in forming a pattern of interaction between individuals and individuals, individuals and groups, or group by group.

Keywords : Coffee Culture, Communication, Students, Banjarbaru

Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Prenada Media.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
diakses pada 25 Mei 2020.

Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Kencana.

<https://kalsel.bpk.go.id/profil-kota-banjarbaru/>

PT Remaja Rodakarya.o, Murdijati dan Rahadian. Dimas. 2016. *Kopi*. Depo: Kanisius.

Ronel M. Sapungan, L. S. (2019, Februari). *Coffee Lover's*

Choice: What Matters Most?
International Journal of

Recent Innovations in Academic Research, 3(2), 165-

185.

Santoso, L.(2017). , “Etnografi Warung Kopi: Politik Identitas Cangkrukan di Kota Surabaya dan Sidoarjo”. *Mozaik Humaniora*,

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan*

R&D. Bandung

Sugiyono. 2013 *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*

Suguna Sinniah, G. P. (2018). *Experiential Quality Among*

Coffee Lovers: An Empirical Study in the Malaysian

Coffee Outlets Industry. *Journal of Social Sciences and*

Humanities, 15(4), 104-116.

Website

<https://id.scribd.com/document/529921840/Budaya-Ngopi-PadaMasyarakat-Berdasarkan-Teori-Buadrillard>