

**BUDAYA NONGKRONG DI KEDAI KOPI
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN KOZI COFFEE 2.0
BANDUNG)**

Rivandi Dwi Widjayanto

1502164292

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui budaya nongkrong di kedai kopi studi kasus pada pelanggan Kozi Coffee 2.0 Bandung dalam konsep ruang publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dan alasan anak muda Bandung nongkrong di kedai kopi Kozi Coffee 2.0 dan untuk mengetahui budaya nongkrong anak muda Bandung di Kozi Coffee 2.0 dalam konsep ruang publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data lebih difokuskan pada observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi berupa foto lokasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian motif tujuan (*in-order to motive*) yang mengarah pada masa yang akan datang dan motif sebab (*because motive*) yang mengarah pada masa lalu atau lampau, sehingga dapat menimbulkan motif anak muda dalam menongkrong di kedai kopi, khususnya Kozi Coffee 2.0 Bandung. Selain itu, budaya nongkrong Kozi Coffee 2.0 bersifat bermakna karena Kozi Coffee 2.0 dijadikan sebagai tempat berinteraksi khalayak, dimana semua orang dapat melakukan kegiatan bermanfaat seperti berdiskusi, belajar, bekerja dengan siapa aja. Bersifat responsif dikarenakan semua orang yang berada didalam ruang publik Kozi Coffee 2.0 dapat merespon segala hal yang terjadi di tempat dan setiap orang yang datang kesana dapat mengambil nilai-nilai dari konsep yang diberikan kedai kopi tersebut. Sedangkan bersifat demokratis karena semua orang dapat menggunakan Kozi Coffee 2.0 tanpa memandang status dan latar belakang sosial.

Kata Kunci: Budaya populer, Ruang publik, Motif, Kedai kopi, Nongkrong, Gaya hidup