

Budaya Ngopi Masyarakat Kota Santri Jombang: Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pengunjung “Kedai Kopi Tengah Kota” Jombang

Neni Dwi Lestari¹, Yudiana Indriastuti²

Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur

nenidwilestari7@gmail.com, yudiana_indriastuti.ilkom@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Coffee or coffee is a rich activity of individuals, from young to old, from student to employee. Nowadays coffee or coffee activities have developed a sense of meaning in the cultural context. The type of research used is qualitative descriptive by applying methods of data collection through in-depth interviews, observations, and documentation. Data analysis techniques include data collection, presentation, data reduction, and deduction drawing. The purpose of this study is to understand and understand the perceptions of the coffee culture by the people of the town of santri jombang. The result of this study is that the senior citizens of the jombang are aware of the cultural coffee culture of ancient times, where the coffee culture undergoes development and has a wide range of meaning for each individual, from the coffee culture to the need of each individual as a social being, as a means of entertainment, and so on. While the coffee culture has undergone social development and changes, it is essentially the same goal for each individual to interact with another person to shed all feelings experienced, even though the meaning of coffee is to drink coffee, not all of them buy coffee, can even be non-coffee. They are simply looking for a comfortable place to have a relaxed, free chat. Talking helps to blow things up.

Keywords : *coffee culture, perception, social communication, social change*

ABSTAKSI

Ngopi atau minum kopi adalah aktivitas yang banyak dilakukan setiap individu, dari yang muda sampai yang tua, dari pelajar hingga karyawan. Saat ini ngopi atau aktivitas minum kopi telah mengalami perkembangan makna dalam konteks budaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menerapkan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indept interview*), observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, penyajian, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini agar mengetahui dan memahami persepsi budaya ngopi menurut masyarakat kota santri Jombang. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa masyarakat kota Jombang menyadari adanya budaya ngopi sejak jaman dahulu, saat ini budaya ngopi mengalami perkembangan dan memiliki berbagai makna bagi setiap individu, mulai dari budaya ngopi dianggap sebagai kebutuhan setiap individu sebagai makhluk sosial, sebagai sarana hiburan, dan lain sebagainya. Meskipun budaya ngopi telah mengalami perkembangan dan perubahan sosial masyarakatnya, namun pada dasarnya budaya ngopi memiliki tujuan yang sama bagi setiap individu yaitu berinteraksi dengan dengan orang lain untuk menumpahkan semua perasaan yang dialami, meskipun arti dari ngopi adalah minum kopi, tidak semua dari mereka membeli kopi, bahkan bisa menu yang non kopi. Mereka hanya mencari tempat yang nyaman untuk bisa memberikan suasana ngobrol yang bebas dan santai. Dengan ngobrol bisa meluapkan semua perasaannya dan bisa mengurangi beban pikiran masing-masing.

Kata kunci : *budaya ngopi, persepsi, komunikasi sosial, perubahan sosial*

PENDAHULUAN

Masyarakat dan kebudayaan dua hal yang tidak bisa di pisahkan karena keduanya merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan satu sama lain. Masyarakat adalah pendukung dari kebudayaan, sebab manusia merupakan aktor penting dalam kebudayaan dan ada manusia pasti ada kebudayaan. Kebudayaan dengan kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak akan lepas dari individu lain karena sudah menjadi kodrat manusia hidup berdampingan dengan individu lain (Imamah, 2018, hal. 3). Itu sebabnya komunikasi sosial sejajar dengan komunikasi manusia. Komunikasi sosial adalah suatu kegiatan komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu integrasi sosial, titik pangkal dari suatu komunikasi sosial adalah adanya komunikator dan komunikan yang sependapat tentang bahan atau materi yang akan dibahas dalam kegiatan komunikasi yang sedang dilangsungkan (Susanto, 1980, hal. 1). Pada dasarnya aktivitas ngopi sudah ada sejak zaman dulu. Aktivitas ngopi pada zaman dahulu digunakan para petani yang akan ke sawah atau ladang untuk menghabiskan waktu di warung kopi dengan berdiskusi tentang bagaimana mengolah sawah dengan baik (Burhan, 2016, hal. 2). Ngopi di kedai kopi dimaknai tidak sekedar menyeruput segelas kopi melainkan juga wadah untuk berinteraksi bagi masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial (Burhan, 2016, hal. 2).

Transformasi dalam berkomunikasi dari waktu ke waktu menciptakan komunikasi dalam konteks komunikasi sosial yang semakin luas juga. Bagaimana tidak, teknologi komunikasi yang semakin canggih semakin memudahkan mahasiswa untuk saling berinteraksi sosial dengan mahasiswa lainnya melalui aplikasi chat messengers tersebut. Aplikasi *mobile chat* seperti WhatsApp, BBM, dan Line tentunya dijadikan sebagai wadah berkomunikasi yang terkini sesuai perkembangan zaman yang modern dan maju pada dunia gadget.

Menjamurnya kedai-kedai kopi yang memiliki nama brand besar yang berada di pusat perbelanjaan atau mall seperti Starbucks, Janji Jiwa, lalu Excelso dan lain sebagainya. Meningkatnya usaha kedai kopi juga terjadi di kota santri Jombang. Banyaknya kedai kopi di kota Jombang memperlihatkan bahwasanya ngopi saat ini tidak hanya sebuah kegiatan meminum kopi saja, melainkan telah menjadi tempat berkumpulnya anak muda, tempat pertemuan (*meeting*), diskusi atau bertukar pikiran, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Banyak tanggapan masyarakat tentang budaya ngopi yang membuat tingginya gaya hidup seorang individu. Sejak zaman dahulu, aktifitas ngopi (minum kopi) sudah menjadi tradisi yang dilakukan oleh bapak-bapak atau para orang tua saat sedang istirahat sejenak untuk menikmati kopi dan saling berbincang. Pada sebagian masyarakat budaya ngopi bukan lahir hanya sekedar minum kopi dan lainnya, melainkan terdapat sebuah rutinitas yang tertata rapi pada diri individu dan sebuah tuntutan selera bagi sebagian masyarakat perkotaan. Pada kenyataannya budaya ngopi telah mengalami pergeseran yang mana bisa kita lihat sebagian masyarakat seing kali menghabiskan waktu di kedai kopi hanya untuk mengisi kekosongan waktu, beristirahat sambil menikmati hidangan dan hal tersebut dilakukan secara berulang kali sehingga menjadikannya sebuah tradisi masyarakat.

Tema ini layak diteliti, karena pada umumnya budaya ngopi telah ada sejak zaman dulu, sikap masyarakat saat ini yang benar adalah untuk mempertahankan nilai budaya dari kegiatan ngopi tersebut. Masyarakat Jombang terkenal sebagai kota santri, dimana mayoritas penduduknya adalah seorang muslim dan kental dengan tradisi keagamaannya. Didalam budaya ngopi itu sendiri, masyarakat melakukan berbagai aktivitas di kedai kopi. Setiap orang mempunyai persepsinya masing-masing, makadari itu peneliti akan melakukan observasi dan wawancara untuk mencari tau persepsi pengunjung kedai kopi terhadap budaya ngopi masyarakat kota santri di Jombang. Peneliti memilih lokasi penelitian di kedai kopi yang berdekatan dengan pondok pesantren, yaitu Kedai Kopi Tengah Kota.

Kedai kopi Tengah Kota berada di kawasan Pesantren Sunan Ampel Kota Jombang. Konsep yang ditanamkan bernuansa *clean, minimalist*, dan *cozy*. Nuansa sentuhan warna hijau dipadukan dengan warna putih dalam kedai kopi tersebut memberikan efek yang mampu menghidupkan suasana ketika sedang berada di kedai kopi tersebut bagi siapa saja yang datang. Beberapa sudut area di Kedai Kopi Tengah Kota dapat dijadikan sebagai sesi foto yang tampak “ natural ” sehingga mengandung kebahagiaan tersendiri ketika nongkrong di kedai kopi tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dimana data yang diperoleh dianalisis dan dijabarkan agar diperoleh gambaran sesuai fakta pada objek penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilaksanakan di Kedai kopi tengah kota, no.27, Kepanjen, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, dengan subjek penelitian adalah remaja, mahasiswa dan pekerja yang ditetapkan berdasarkan kriteria penelitian antara lain sudah mengunjungi kedai kopi lebih dari tiga kali dalam satu bulan. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak tujuh informan yang telah ditetapkan berdasarkan kriteria dan kebutuhan penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Denzin dan Lincoln (1994) mengatakan penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Penelitian kualitatif harus terjun langsung, harus mengenal subjek penelitian yang bersangkutan secara personal dan tanpa perantara. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang berupaya memahami dan membuat mengerti mengenai suatu fenomena dari sisi perspektif partisipan. (Igiasi, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam proses penelitian. Setiap kumpulan sumber data menggunakan langkah seperti, metode wawancara dan observasi berperan serta.

Wawancara adalah metode pengumpulan data tanya jawab dua pihak yang dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian (Kusnandar (2008: 125-126). (Sutrisno, 1989: 192). Peneliti menggunakan Wawancara semi terstruktur yaitu teknik dalam wawancara yang dilakukan secara mendalam, dalam pelaksanaannya cenderung lebih bebas apabila terdapat pertanyaan di luar pedoman

wawancara dengan tujuan untuk menemukan jawaban dari permasalahan lebih terbuka (Sugiyono, 2012). Penggunaan wawancara semi terstruktur ini karena informasi yang didapatkan akan lebih lengkap, menyeluruh, dan mendalam karena bersifat non formal dan tidak hanya berfokus ke yang sudah dibuat saja, akan tetapi sangat memungkinkan untuk menanyakan hal yang ditemukan secara tiba-tiba saat wawancara berlangsung. Penulis menggunakan observasi berperan serta untuk melakukan pengamatan terhadap pengunjung kedai kopi "Tengah Kota". Melalui teknik ini data dapat terkumpul lebih lengkap dan akurat karena dikumpulkan langsung dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan di dalam bab IV merupakan hasil analisis peneliti mengenai persepsi budaya ngopi oleh pengunjung "kedai kopi tengah kota" untuk menjawab pertanyaan penelitian. Keseluruhan analisis yang dilakukan merupakan perpaduan antara temuan penelitian di lapangan dengan teori dan konsep dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini.

Kedai kopi "Tengah Kota" berdiri 27 april 2021. Sebelum menjadikan kedai ini menjadi lokasi objek penelitian, peneliti meminta izin kepada pemilik kedai untuk bersedia membantu peneliti untuk melaksanakan penelitian pada pengunjung kedainya. Kedai kopi "Tengah Kota" terletak di Jl. Jaksa Agung Suprpto, No.27, Kepanjen, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur yang dekat dengan alon-alon kota dan stasiun kota Jombang. Kedai kopi "Tengah Kota" buka mulai jam 9 a.m – 10 p.m. Pemilik menjelaskan jenis pengunjung yang datang ke kedai kopi berbeda di setiap jam dan harinya. Kedai kopi ini berdiri saat pandemic covid-19, jadi mayoritas pengunjung yang datang jam 10 pagi di isi pengunjung anak smp dan sma yang datang sepulang sekolah. Jam makan siang di isi oleh pekerja yang datang untuk istirahat makan siang. Mahasiswa biasa datang di malam hari.

Dari hasil wawancara melalui alat bantu recorder tersebut kemudian peneliti mengubahnya dalam bentuk teks yaitu transkrip hasil wawancara. Data yang diperoleh tersebut akan disajikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif, sehingga didapatkan gambaran, jawaban serta kesimpulan dari pokok permasalahan yang diangkat. Peneliti akan mendapatkan jawaban yang berbeda-beda dari setiap informan karena dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, yang berbeda tiap individunya termasuk dari *frame of reference* dan *field of experience*. Berikut penjabaran analisa mengenai hasil wawancara dari kelima informan.

Persepsi Informan tentang Budaya Ngopi

Persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan suatu gambaran terhadap dunia. Persepsi ini dapat diartikan bagaimana cara seseorang mendeskripsikan atau menggambarkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran terhadap dunia. Salah satunya yaitu bagaimana individu menggambarkan informasi mengenai budaya ngopi.

a. Budaya Nongkrong

Budaya nongkrong juga dapat di kenal sebagai tempat atau ruang yang egaliter dikarenakan sangat bervariasi orang yang datang, tanpa membedakan strata sosial. Mereka melepas lelah dan menyantap hidangan sehingga dapat menikmati suasana di ruang bebas obrolan hingga lupa waktu, walaupun tidak saling mengenal tentang berbagai hal tetapi selalu bermunculan ide-ide yang menarik dan serius. Maka salah satu yang menjadi perhatian adalah nongkrong di kedai kopi yang ada di Kota Jombang. Sebelumnya kita hanya mengenal Starbucks, Exelso maupun *Coffee Shop* lainnya, itulah faktor yang mengiringi pesatnya perkembangan usaha kedai kopi khususnya di kota-kota besar seperti Jombang, berkembang pula tempat-tempat nongkrong baru yang bervariasi baik mengusung citra modern maupun klasik seperti Kedai kopi "Tengah Kota" yang mengusung tema klasik.

Kegiatan ngopi (minum kopi) di era saat ini tidak hanya bermakna sekedar minum secangkir kopi hitam, namun ngopi yang sesungguhnya adalah minum kopi di kedai kopi. Apalagi istilah ngopi bagi anak muda akan banyak makna yang berbeda. Kalau anak muda sudah membahas tentang ngopi, mereka akan menanyakan lokasi kedai kopi yang akan dituju. Seperti tanggapan dari informan 1 dan 2 yang mengatakan perasaannya senang saat ngopi di kedai kopi akan lebih leluasa dan bebas berbincang sepuasnya dengan teman. Mereka akan lebih nyaman ngopi di luar rumah dalam artian di kedai kopi. Bukan di rumah masing-masing.

Menurut Informan 1, budaya ngopi adalah aktifitas nongkrong ke kedai kopi untuk menikmati waktu bersama dengan teman-temannya, bisa dengan ngobrol dan mengabadikan momen bersama. *"Ngopi itu asik mbak, nongkrong sambil gibah sama temen-temen, terus foto-foto pastinya"*

Sama dengan informan 1, informan 2 juga berpendapat bahwa ngopi itu saat dimana bisa ngobrol bebas dengan teman-teman. Menurutnya kalau ngopi di rumah itu tidak bisa bersantai karena harus mengerjakan pekerjaan rumah seperti membantu ibu. Setelah pergi untuk ngopi di kedai kopi, maka itulah saat untuk bisa berkumpul bersama teman, bersantai sambil menikmati minuman dan makanan ringan. *"Seneng aja sih mbak, kalau bareng sama teman atau pacar gitu bisa ngobrol sepuas-puasnya. bisa santai"*

Menurut Mira (2011), nongkrong mempunyai arti yaitu cangkruk (duduk santai) bersama teman dan kerabat yang akan melibatkan perbincangan yang sifatnya santai sampai serius, dan biasanya mengunjungi coffee shop. Kegiatan dan aktivitas yang dilakukan selalu bersifat aktif maupun pasif dan kemudian berkembang seperti melihat, mendengarkan, duduk, berdiri dan tinggal (Jan Gehl: 1987). Saat ini kedai kopi merupakan tempat yang sangat memukau untuk dikunjungi layaknya tempat wisata. Dengan berjalannya waktu, perkembangan kedai kopi saat ini tidak menyediakan hanya kopi saja sebagai produk utama, melainkan kedai kopi pasti juga menyediakan berbagai makanan ringan maupun makanan berat. Rhenald Kasali (2011:27) menjelaskan bahwa meminum kopi saat ini tidak untuk menghilangkan rasa kantuk, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup, dan dimana saja berada kedai kopi sudah menjadi tempat berkumpul yang amat diminati, sehingga kedai kopi sangat merajalela dimana-mana, terutama di kota-kota besar Indonesia.

b. Ngopi adalah sumber inspirasi

Budaya ngopi adalah salah satu bentuk ragam budaya yang terdapat di Indonesia. Beragamnya bentuk budaya tersebut dapat dilihat melalui sikap, cara hidup, dan nilai-nilai yang terdapat di dalam suatu kelompok tertentu. Hal ini dapat diartikan juga sebagai pola aktifitas tertentu yang telah menjadi suatu kebiasaan, berupa ngopi dan nongkrong di kedai kopi. Meskipun hadirnya budaya ngopi ini dipandang sebelah mata oleh sebagian orang, akan tetapi budaya nongkrong dengan minum kopi tetap saja eksis sebagai bentuk mengekspresikan beragamnya masyarakat di kala mengisi waktu luang dengan berkumpul, mengobrol sambil menikmati hidangan tertentu. Di sisi lain, adanya kebiasaan ngopi ini yang dilihat sebagai aktifitas yang tidak berguna dan memandang orang sebagai pemalas apabila sering nongkrong. Akan tetapi, budaya ngopi justru membawa dampak positif yaitu berperan dalam peningkatan kreativitas dan pola berpikir dan berkarya bagi seorang individu. Di dalam aktivitas ngopi seseorang akan saling bertukar pikiran dengan temannya, sehingga munculah ide-ide baru yang bisa menginspirasi, seperti munculnya keinginan untuk membuka bisnis dan usaha contohnya seperti mulai banyak bermunculan kedai kopi baru saat ini menjadi wadah untuk memfasilitasi budaya nongkrong kaum muda.

Informan 3 mengatakan setelah datang ke kedai kopi, informan 2 bisa mendapatkan inspirasi untuk apa yang sedang dia kerjakan. Setiap orang pasti punya caranya masing-masing untuk mencari inspirasi, baik itu saat berada di suatu tempat atau sedang beraktifitas lainnya. Informan 3 biasa pergi ke kedai kopi dengan temannya untuk ngobrol atau mendiskusikan suatu hal, dari perbincangan mereka akan menumbuhkan ide-ide baru yang menginspirasi. Jadi saat pergi ke kedai kopi bisa bersosialisasi dengan banyak orang, dia juga bisa mendapatkan inspirasi baru. Keterangan tersebut diambil dari ungkapan informan 3 sebagai berikut:

"Kalau di kedai kopi itu bisa dapet inspirasi sama bisa bersosialisasi"

Tidak hanya informan 3, informan 6 dan 9 juga berpendapat sama bahwa dengan ngopi di kedai kopi bisa mendapat inspirasi baru. Terkadang ide-ide baru itu akan muncul saat hati dan pikiran kita sedang tenang. Karena ngopi dan nongkrong, menikmati suasana kedai kopi yang nyaman bisa membuat hati dan pikirang lebih tenang, setelah itu muncullah ide baru.

Persepsi Informan tentang budaya ngopi di Kota Jombang

Persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan suatu gambaran terhadap dunia. Persepsi ini dapat diartikan bagaimana cara seseorang mendeskripsikan atau menggambarkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran terhadap dunia. Salah satunya yaitu bagaimana individu menggambarkan informasi mengenai budaya ngopi.

a. Ngopi adalah Kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial

Ragam aktivitas ngopi yang berlangsung di kedai kopi pastinya menimbulkan interaksi sosial yang tidak sedikit, hal ini akan semakin bermakna ketika interaksi sosial tersebut menghasilkan jaringan sosial baru ataupun memperkuat hubungan sosial yang ada sebelumnya. Aktivitas ngopi tersebut juga semakin bermakna dengan semakin bertambahnya informasi atau pengetahuan seseorang dari hasil beraktivitas di kedai kopi. Meskipun tetap saja ada sekelompok orang yang menganggap aktivitas yang lama di kedai kopi merupakan aktivitas yang mubazir atau sia-sia. Kejadian ini mempertegas makna minum kopi (ngopi) dalam tradisi masyarakat di Jombang. Aktifitas minum kopi adalah media interaksi antar masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial.

Aktivitas masyarakat saat berada di kedai kopi sangat beragam, mulai dari menikmati atau sekedar membeli aneka makanan dan minuman ktivitas konsumsi, berkumpul atau bersosialisasi dengan kerabat, menyelesaikan urusan yang tidak selesai di balik meja kantor, membuat rencana atau kesepakatan bisnis, belajar bersama maupun menyelesaikan tugas sekolah atau kampus, hingga bersantai melepas lelah atau mencari hiburan. Beragam aktivitas tersebut dapat kita saksikan di kedai kopi setiap harinya, bahkan kadangkala dalam durasi waktu yang cukup panjang.

Salah satu aktivitas yang pada umumnya atau sering di jumpai di kedai kopi adalah aktivitas sosial. Aktivitas sosial di sini adalah terjadinya interaksi antara individu-individu yang berada di kedai kopi. Interaksi antara pengunjung dengan pelayan kedai kopi maupun interaksi sesama pengunjung kedai kopi. Biasanya interaksi antara pengunjung kedai kopi terjadi antara mereka yang duduk satu meja atau sudah saling kenal. Namun tidak jarang pula orang dari meja lain atau yang belum dikenal ikut berinteraksi dalam percakapan yang terjadi. Selain aktivitas konsumsi antara pengunjung yang memesan minuman atau makanan pada pelayan, aktivitas sosial juga pasti ada didalam budaya ngopi. Aktivitas sosial merupakan aktivitas yang pada umumnya dilakukan masyarakat di kedai kopi. Tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa kebutuhan hidup manusia bukan hanya sebatas sandang, pangan dan papan. Ada kebutuhan sosial yang juga harus dipenuhi oleh setiap manusia dalam kehidupannya. Pada kodratnya manusia merupakan makhluk sosial, makanya tidak heran ketika seseorang membutuhkan orang lain sebagai proses interaksi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan sosialnya.

Seperti pernyataan dari Informan 9 yang mengatakan bahwa aktivitas ngopi berhubungan dengan lingkungan sosial. Dengan melakukan aktivitas ngopi bisa menghabiskan waktu untuk bercerita sekaligus menambah relasi. *"Budaya ngopi nantinya akan menimbulkan hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan fisik dan sosial, berhubungan dengan pengalaman masa lampau. Jadi dari ngopi sendiri nantinya juga bisa menambah relasi"*

b. Ngopi sebagai aktifitas hiburan

Kegiatan ngopi dianggap sebagai hiburan bagi banyak orang. Aktivitas hiburan di kedai kopi sebenarnya merupakan aktivitas yang seragam dengan aktivitas sosial di kedai kopi. Seperti yang disinggung sebelumnya, manusia sebagai makhluk sosial

mebutuhkan sosialisasi sebagai bentuk eksistensi dirinya. Tidak dapat dipungkiri, beragam bentuk sosialisasi juga merupakan hiburan tersendiri bagi setiap individunya. Karena sosialisasi menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi individu yang menjalaninya. Aktivitas hiburan di kedai kopi yang dimaksud dalam poin ini adalah aktivitas yang menyenangkan dalam bentuk permainan maupun penampilan dengan ngopi sebagai sambilannya. Setiap orang mengucapkan kata ngopi yang berarti minum kopi di luar rumah seperti di kedai kopi. Padahal minum kopi memiliki tujuan tertentu misalkan ingin bersantai atau bermain dengan teman atau bisa juga menenangkan pikiran.

Banyak kedai kopi yang sekarang menyediakan fasilitas televisi dengan tampilan layar besar menggunakan infocus sebagai hiburan bagi para pengunjung. Biasanya pada momen-momen tertentu kedai kopi yang menyediakan fasilitas seperti ini akan dipenuhi dengan pengunjung. Momen-momen tersebut seperti pertandingan sepakbola ataupun balap sirkuit. Ada juga kedai kopi yang menyediakan permainan catur atau domino yang bisa dimainkan oleh para pengunjung. Permainan-permainan tersebut disajikan untuk dapat menghibur dan membuat pengunjung betah berada di sana. Pengunjung bahkan menghabiskan waktu seharian atau semalaman bermain catur atau domino tersebut.

Kedai kopi seperti menjadi sesuatu yang dianggap penting oleh sebagian besar masyarakat Jombang dalam mengisi aktivitas keseharian mereka. Ini dibuktikan dengan rutinitas keberadaan mereka di kedai kopi yang dapat dikatakan setiap hari. Atau ada juga masyarakat yang tidak setiap hari berkunjung di kedai kopi, namun dalam setiap minggunya mereka pasti akan berkunjung ke kedai kopi. Ini senada dengan yang dikatakan oleh informan 9 yang pergi ngopi ke kedai kopi untuk menjernihkan pikiran karena bisa ngobrol dengan santai dan enjoy.

Hal ini semakin menjelaskan bahwasanya ngopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat di Kota Jombang. Meskipun mungkin seseorang kurang menyukai duduk di kedai kopi, namun ketika ada saudara, teman atau rekan kerja mengajak beraktivitas di kedai kopi, seseorang akan datang berkunjung ke kedai kopi. Biasanya memang masyarakat beraktivitas ngopi di luar rumah saat siang, sore dan malam hari, namun di luar waktu tersebut kedai kopi tetap memiliki pengunjungnya. Bagi sebagian besar masyarakat Jombang, mengunjungi kedai kopi menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan keseharian mereka. Terutama bagi mereka yang setiap harinya selalu mengonsumsi kopi, mereka seakan mewajibkan pada dirinya untuk beraktivitas di kedai kopi. Mereka akan merasakan perbedaan saat ngopi di rumah dan di luar rumah seperti di kedai kopi.

Seperti keterangan dari informan 5 yang pergi ke kedai kopi untuk bersantai. Dia menganggap pergi ngopi sudah menjadi hiburan yang bisa menghilangkan stresnya setelah satu hari bekerja di kantor. *"Aku sering pergi ngopi pas malam hari, kadang janji sama teman kantor setelah acara kantor selesai terus pergi ngopi buat ngobrol santai di kedai kopi. Habis capek kerja, waktunya santai sambil ngopi"*

Sebagian mahasiswa ketika mengalami kepenatan dari tugas maupun aktivitas kuliah, mereka juga memilih mengunjungi warung kopi untuk menyegarkan kembali

pikiran dengan menikmati secangkir kopi kepenatan, rasa lelah, rasa kantuk menjadi hilang. Motif mahasiswa ngopi dapat dibedakan menjadi motif *in order to* dan motif *because*. Motif seseorang dapat menggambarkan bagaimana ia berperilaku, motif juga menentukan apa yang akan dicari. Motif membuat seorang mahasiswa selalu ingat tujuannya, dengan adanya motif seorang mahasiswa dapat mencapai tujuannya. Informan 4 mengatakan dengan adanya kegiatan ngopi ini bisa menghilangkan stress, kegalauan atau pikiran-pikiran buruk saat ngopi. Suasana kedai kopi yang nyaman juga bisa berpengaruh untuk kesehatan mental pengunjung. *"Emm rasanya pasti lebih plong, soalnya kan kalau ngopi itu menghilangkan rasa stress, kegalauan, ke overthinkingan, jadi bisa ketemu teman dan cerita-cerita di kedai kopi itu rasanya plong"* Informan 7, mengatakan kalau ngopi bisa ngobrol banyak hal dengan teman. Menurutnya dengan begitu dia bisa sedikit melupakan penatnya. *"Kebahagiaan bisa ngobrol banyak sama teman-teman, deeptalk, ngobrolin hal random sehingga bisa sedikit melupakan penat."*

Pergeseran Budaya Ngopi

a. Ngopi dari Segi Pelaku dan Tempat

Informan juga merasakan adanya pergeseran budaya ngopi yang dirasakan dulu dan saat ini. Adanya perkembangan budaya ngopi yang tidak bisa dihindari selaras dengan berkembangnya teknologi. Menurut persepsi informan 9, ngopi dulu lebih identik dilakukan oleh seorang laki-laki, kebanyakan adalah bapak-bapak baik itu kebiasaan bapak-bapak dirumah atau pekerja laki-laki. Namun saat ini ngopi bisa dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari remajahingga dewasa. Selain pelaku ngopi, perkembangan juga terjadi pada tempat atau lokasi ngopi. Dulu ngopi dilakukan di warung-warung kopi kecil atau lebih sereing dilakukan dirumah sambil bersantai. sekarang berpindah ke kedai kopi yang lebih modern daripada warung kopi. Menurut informan 9, dengan adanya kedai kopi itu membantu seluruh masyarakat yang ingin mencoba varian-varian kopi baru tanpa merasa canggung pergi ke warung kopi yang pengunjungnya mayoritas laki-laki. Kedai kopi bisa menyamaratakan pengunjung, baik laki-laki atau perempuan, dari remaja hingga dewasa. *"sebenere, karena ada kedai kopi itu seperti memfasilitasi cewek-cewek yang mungkin canggung buat datang ke warung kopi biasa yang mayoritas pengunjungnya laki-laki. kalau di kedai kopi kan pengunjungnya campur, cewek cowok ada"*

Budaya minum kopi awalnya itu minuman kopinya berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Selain itu, karena tempatnya berupa sebuah warung yang suasana tempatnya juga panas dan penuh dengan orang-orang maka orang yang minum kopi merasakan panasnya. Penikmat kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi.

Menurut persepsi informan 4, budaya ngopi di kedai kopi mengalami perkembangan dari mulai rasa, jenis, hingga fasilitas tempat untuk ngopi. *"budaya ngopi setau saya budaya ngopi dari dulu kan emang udah ada tapi tidak se-hypening sekarang dan tidak semodern sekarang. Soalnya yah dengan perkembangan zaman dan teknologi pasti kan semua akan berkembang. Kalau dulu kan ngopi Cuma ke pinggir jalan, ngopinya kopi hitam, tempatnya yah biasa aja kalau gak pakai kursi kayu yah"*

gelaran karpet.” “Tapi kalau sekarang kan sudah lebih kalau ngopi itu yang dicari ya tempatnya yang bagus, yang estetik, yang instagramable, yang bisa buat pansos, trus pasti yang makanannya enak, menarik dan beda dari yang lain. Apalagi sekarang orang-orang di kota Jombang kan udah mengikuti tren seperti yang ada di kota-kota besar lainnya yang lebih dulu mengenal kedai kopi dan budayanya.”

b. Ngopi dari Segi Fungsi

Selain informan 4, ada dua Informan yang mengatakan bahwa budaya ngopi telah mengalami pergeseran. Informan 1 dan 5 memiliki persepsi bahwa ngopi dulu itu beda dengan sekarang. Dulu kalau ngopi sama teman-temannya itu untuk benar-benar menikmati kopi dan ngobrol. Sekarang orang ngopi lebih banyak bermain gadget, seperti main game dan foto-foto untuk mengabadikan momennya sedang berada di kedai kopi. Informan 1 *“suka banget foto-foto, meskipun datang sekali ke kedai kopi tapi fotonya banyak. Nanti buat koleksi foto post di Instagram”* Informan 5 *“Kalau dulu tuh 90% ngopi + ngobrol, 10% nya diam atau main HP. Sekarang jauh lebih banyak main HP nya, kadang main game bareng, foto-foto”*

Perkembangan budaya ngopi yang menunjukkan pengunjung ngopi mulai mengalami pergeseran mengikuti kemajuan teknologi, seperti mengikuti tren untuk membagikan kegiatan mereka di sosial media. Keterangan informan 1 yang lebih sering pergi ngopi untuk menikmati desain kedai kopi yang menunjang kualitas foto. Dari ke 10 informan, hanya informan 1 yang menyatakan bahwa budaya ngopi yang penting tempatnya, bukan menunya. Jadi perbedaan budaya ngopi yang sekarang adalah tempat dan maknanya yang mengalami perkembangan. Dari yang dulu ngopi adalah aktivitas minum kopi untuk media individu saling bertukar pikiran dengan individu lain. Saat ini selain menjadi media ruang publik bagi individu, ngopi sudah menjadi budaya yang menjadi aktivitas harian bagi pelakunya. Selama perkembangan budaya ngopi dari masa ke masa, masyarakat pelaku aktivitas ngopi mengalami perubahan sosial.

Menurut Gillin John dan John Philip Gillin berpendapat bahwa perubahan sosial sebagai suatu variasi dari cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi atau penemuan baru dalam masyarakat. Keterangan dari Informan 4 yang berpersepsi bahwa budaya ngopi semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Perubahan sosial budaya ngopi telah diterima baik oleh masyarakat, peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan terhadap pengunjung yang ramai datang ke kedai kopi. Setelah data hasil wawancara dengan Informan dikumpulkan, peneliti bisa menjelaskan bahwa perubahan sosial yang terjadi pada pengunjung kedai kopi adalah pemberian makna-makna baru untuk budaya ngopi. Tidak hanya sekadar minum kopi diluar rumah. Namun, budaya ngopi menjadi media aktivitas sosial setiap individu. Perkembangan budaya ngopi ini tidak terjadi begitu saja. Memang kegiatan minum kopi atau yang menjadi sebutan ngopi sudah ada sejak jaman dahulu. Manusia yang menjalankan hanya mengikuti budaya ngopi dulu dan menjalankannya terus menerus dengan mengikuti tren sesuai kemajuan jaman dan teknologi.

Hubungan Timbal Balik Budaya ngopi dengan Komunikasi

Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya (Mulyana, 2014: 5-6).

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari saja, di sela-sela aktivitas dan jadwal yang padat masyarakat lebih memilih untuk berkumpul dan minum kopi, misalnya pada jam istirahat siang untuk menjadi teman menghabiskan waktunya.

Selama peneliti melakukan observasi pada pengunjung kedai "Tengah Kota", terlihat bahwa sebagian besar pengunjung yang datang berhimpun atau lebih dari 2 orang dalam 1 meja. Tidak semua himpunan disebut kelompok. Supaya disebut menjadi kelompok, diperlukan kesadaran pada anggota-anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi diantara anggota-anggotanya. Dengan kata lain, kelompok mempunyai dua tanda psikologis. Pertama, anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok (*sense of belonging*) yang tidak dimiliki orang yang bukan anggota. Kedua, nasib anggota-anggota kelompok saling bergantung sehingga hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain (Baron dan Byrne, 1979:58).

Dalam penelitian ini, penulis membagi kelompok pada kategori deskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. (Cragan dan Wright, 1980:45).

Dalam kategori deskriptif, pembentukan kelompok berdasarkan tujuannya.

Nama Kelompok	Tujuan
Sepintas (<i>casual group</i>)	Bermain
Pertemuan (<i>encounter group</i>)	Pertumbuhan Interpersonal
Penyadar (<i>consciousness-raising group</i>)	Identitas sosial-politik yang baru
Katarsis	Melepaskan perasaan
Belajar	Pencerahan intelektual
Tugas	Kerja

Kelompok sepintas (*casual group*) dibentuk hanya semata-mata untuk "membina hubungan manusiawi yang hangat". Kelompok katarsis dimaksudkan untuk melepaskan tekanan batin atau frustrasi anggota-anggotanya. Kelompok belajar tentu dibentuk untuk menambah informasi atau pengetahuan. Kelompok pertemuan (*encounter group*) lahir di dunia psikiatri, dibentuk untuk pencerahan intrapersonal, untuk pertumbuhan kesehatan mental. Kelompok penyadar (*consciousness-raising group*) lahir di dunia politik, dibentuk untuk menimbulkan kesadaran identitas sosial-politik.

Kelompok-kelompok pengunjung ngopi termasuk dalam pembagian kategori deskriptif. Dari ke 10 informan yang sudah diwawancarai, mereka pergi ngopi beramai-ramai dengan teman-temannya. Satu informan adalah salah satu anggota dari suatu kelompok yang memiliki tujuan yang sama dengan anggota lainnya. Dalam lingkup budaya ngopi terdapat beberapa bentuk kelompok dari kategori deskriptif diantaranya, pengunjung dengan bentuk kelompok Sepintas, Katarsis, dan Belajar.

a. Kelompok Sepintas (*Casual Group*)

Kelompok sepintas (*casual group*) dibentuk hanya semata-mata untuk “membina hubungan manusiawi yang hangat”. Seseorang pergi ngopi dengan tujuan untuk berjumpa dengan kerabat, teman, atau siapapun yang sudah lama tidak bertemu (bersilaturahmi). Budaya ngopi bisa digunakan oleh seseorang dengan tujuan bersilaturahmi atau menyambung hubungan yang sudah lama terputus.

b. Kelompok Katarsis

Kelompok katarsis dimaksudkan untuk melepaskan tekanan batin atau frustrasi anggota-anggotanya. Jenis kelompok ini sesuai dengan mayoritas tujuan informan pergi ngopi ke kedai kopi. Menurut persepsi informan 4,5,6,7,8,9 dan 10 mengatakan bahwa pergi ngopi memang untuk menenangkan pikiran. Setelah pergi ngopi, informan merasa tingkat emosionalnya meningkat. Dari yang sebelumnya punya beban pikiran atau masalah, dia merasa plong setelah pergi ngopi dan bisa bercerita mengungkapkan perasaannya pada teman selama ngopi.

c. Kelompok Belajar

Kelompok belajar tentu dibentuk untuk menambah informasi atau pengetahuan. Jenis kelompok ini sangat cocok untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. Apalagi kebanyakan beberapa informan adalah seorang pelajar dan mahasiswa. Mereka sering pergi ke ngopi untuk mengerjakan tugas sekolah dan kuliah. Terkadang suasana tempat ngopi yang nyaman bisa meningkatkan emosional seseorang dan bisa membuat otak dapat berpikir jernih sehingga ide dan inspirasi baru bisa muncul.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis seluruh informan yang telah dilakukan oleh peneliti, serta jawaban informan berdasarkan persepsi pengunjung kedai kopi “Tengah Kota” terhadap budaya ngopi masyarakat di Kota Jombang, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa informan memiliki persepsi yang beragam tentang budaya ngopi masyarakat Kota Jombang. Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Terlebih lagi dengan berkembangnya sebuah teknologi, kedai kopi dibentuk sesuai dengan trend yang sedang terjadi. Interior dari sebuah kedai kopi membuat orang rela berlama-lama di tempat tersebut. Dan menu yang disajikan pun membuat mereka tertarik.

Persepsi Informan tentang Budaya Ngopi

Persepsi Informan terhadap budaya ngopi menunjukkan bahwa budaya ngopi menjadi kebutuhan seseorang untuk duduk bersantai menikmati kopi. Menurut informan, budaya ngopi adalah nongkrong. Dimana setiap individu melakukan aktivitas ngopi selayaknya manusia sebagai makhluk sosial. Individu membutuhkan individu

lain untuk menunjang kehidupannya. Budaya ngopi menjadi media seseorang untuk menikmati waktu luangnya. Saat seseorang merasa bosan, dia akan melakukan aktivitas agar tidak bosan. Di era saat ini, masyarakat sedang maraknya melakukan aktivitas ngopi. Bahkan kegiatan ngopi saat ini menjadi kegiatan yang sangat identik dengan aktivitas anak muda. Dijumpai di kedai kopi lokasi penelitian, mayoritas pengunjung adalah anak muda. Itu menandakan banyak orang yang melakukan aktivitas ngopi di luar rumah, padahal minuman kopi juga bisa dibuat sendiri dirumah. Namun, saat peneliti melakukan wawancara dengan informan, informan tersebut menyatakan bahwa ngopi di kedai kopi lebih nyaman daripada di rumah. Karena suasana kedai kopi yang bisa meningkatkan emosionalnya. Kalau suasana rumah terlalu sering dilihat dan akan membosankan.

Persepsi Informan tentang budaya ngopi di Kota Jombang

Persepsi masyarakat mengenai budaya ngopi di kota Jombang juga amat beragam, mulai dari tempat menikmati atau sekedar membeli aneka makanan dan minuman, tempat bersantai melepas lelah, tempat berkumpul, hingga tempat untuk mencari hiburan. Ragam pandangan masyarakat mengenai budaya ngopi tersebut menandakan bahwa masyarakat Jombang memiliki pandangnya masing-masing dalam hal memanfaatkan keberadaan kedai kopi. Pendapat yang beragam tersebut menegaskan bahwa kedai kopi menjadi pertimbangan setiap orang untuk datang ke kedai kopi. Bagi mereka yang tidak memiliki banyak waktu untuk pergi berlibur, mereka bisa memilih pergi ngopi ke kedai kopi sebagai sarana hiburan

Perkembangan Budaya Ngopi

Dahulu kopi hanya sebagai penghilang kantuk dan stress namun sekarang kopi bisa menciptakan banyak makna. Informan menyadari adanya budaya ngopi sejak dulu dan semakin berkembang seiring berkembangnya teknologi. Kebiasaan mengonsumsi kopi masyarakat sekarang ini sudah menjadi salah satu kebutuhan, karena kopi ibarat candu yang harus dipenuhi. Kopi dapat dinikmati sambil berkumpul, sharing atau diskusi serta menyelesaikan pekerjaan. Hal ini dapat diartikan bahwa aktivitas minum kopi dapat menunjukkan adanya sifat kebersamaan yang terjalin antara individu satu dengan individu lain. Kebiasaan mengonsumsi kopi sudah menjadi budaya bagi masyarakat Jombang. Budaya ngopi juga memberikan arti bahwa kopi telah memberikan kenikmatan, ketenangan pikiran dan inspirasi bagi peminumnya.

Fungsi kedai kopi mulai bergeser, dari tempat minum menjadi ranah publik milik semua elemen masyarakat baik sebagai tempat melepas lelah, tempat bercengkrama bahkan termasuk sebagai ruang hiburan. Secangkir kopi menjadi semacam e-mail dan password untuk izin menikmati suasana dan aktifitas orang yang ada di kedai kopi. Maksudnya bahwa dengan hanya memesan secangkir kopi, masing-masing individu dapat menikmati kebebasan berekspresi dan berpendapat hingga waktu yang cukup lama.

Hubungan timbal balik budaya ngopi dengan komunikasi

Dapat disimpulkan bahwa budaya ngopi sangat berhubungan dengan komunikasi. Terjadinya komunikasi dalam setiap kelompok pengunjung ngopi. Pengunjung ngopi membentuk kelompok-kelompok yang memiliki tujuan yang sama. Individu membutuhkan langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan, individu

tersebut membentuk sebuah kelompok yang memiliki tujuan sama dengannya, lalu ngopi di kedai kopi sebagai medianya. Dimana individu akan melakukan aktivitas untuk mencapai tujuannya. Di dalam kategori kelompok deskriptif, pengunjung ngopi termasuk dalam 3 jenis kelompok, diantaranya kelompok Sepintas, kelompok Katarsis dan Kelompok belajar. Kelompok Sepintas adalah kelompok pengunjung ngopi yang pergi ngopi bertujuan untuk membina hubungan manusiawi yang hangat, anggota kelompok berkumpul di kedai kopi bertujuan untuk bertemu dan bercengkrama dengan anggota lainnya. Yang kedua adalah kelompok katarsis, yaitu terdiri dari anggota kelompok yang pergi ngopi untuk menumpahkan perasaan masing-masing pada anggota kelompok lainnya. Mereka membutuhkan teman atau anggota kelompok lain untuk mendengarkan keluh kesahnya agar merasa lega. Yang ketiga adalah kelompok belajar, yaitu kelompok pelajar atau mahasiswa yang pergi ngopi bertujuan untuk mengerjakan tugas sekolah atau kuliah. Sesuai dengan persepsi beberapa informan bahwa ngopi itu bisa menghadirkan ide-ide atau inspirasi baru sehingga lebih mudah untuk mengerjakan tugas saat ngopi, karena didukung dengan suasana kedai kopi yang nyaman bisa membuat pikiran lebih segar dan bisa berpikir jernih.

SARAN

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian diatas, bahwa ngopi sudah menjadi budaya yang sangat kental dengan masyarakat Jombang. Meskipun kota Jombang dikenal sebagai kota santri, namun budaya ngopi bukanlah penghalang bagi mereka untuk tetap melakukan kegiatan ngopi di kedai kopi. Justru dengan adanya ngopi menjadi penunjang untuk melanjutkan aktivitas lain seperti belajar dan bersosialisasi. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini bisa menjadi pemahaman seseorang yang belum mengenal budaya ngopi. Saran bagi mereka yang belum mengenal budaya ngopi adalah untuk saling belajar dan membuka diri menerima pengetahuan dari apapun dan siapapun. Terkadang masih ada orang yang menganggap budaya ngopi sebagai budaya yang kurang baik. Padahal jika budaya ngopi dipergunakan dengan sewajarnya maka akan mendapat dampak positif. Jadi orang datang ngopi akan memperbaiki emosionalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiandika, Teguh. (2017). *Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang*. Tanjungpinang: Jurnal Masyarakat Maritim
- Igiasi, T. S. (2017). *Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik : Studi Tentang Gaya Hidup*. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 20–27.
<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/jmm/article/view/1660>
- Krisnayana, R. (2020). *Realitas Budaya Ngopi Di Cafe Pada Remaja*. *Dialektika*, 7(1), 51–64. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v7i1.1423>
- Maulida, E., & Irhandayaningsih, A. (2020). *Persepsi Pengunjung terhadap Kelana Kopi sebagai Kedai Kopi Literasi di Kota Tegal*. 9(2), 52–63.

- Prayogi, R., & Danial, E. (2016). Pergeseran Nilai-Nilai Budaya Pada Suku Bonai Sebagai Civic Culture Di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Humanika*, 23(1). <https://doi.org/10.14710/humanika.v23i1.11764>
- Puspitasari, D. A., & Mas'ud, F. (2018). Pengaruh nilai budaya nasional indonesia terhadap preferensi gaya manajemen konflik (Studi Pada Karyawan Tendik FISIP Undip). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1-12.
- Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 10-27.
- Wishnuwardhani, P. D., & Mangundjaya, W. (2008). Hubungan Nilai Budaya Individualisme-Kolektivisme dan Gaya Penyelesaian Konflik. *Psikologi Universitas Indonesia*, 14, 1-10.
- Yuliati Rina. (2021). Budaya Nongkorng Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo). In *Digilib.Uinsby.Ac.Id* (Vol. 125, Issue 4).
- Arikunto & Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Herimanto & Winarno. (2014). *Ilmu Sosial & Budaya Dasar*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Jacobus Ranjabar., *Perubahan Sosial Teori-teori dan Proses Perubahan Sosial serta Teori Pembangunan.*, Bandung., Alfabeta., 2015
- Kusnandar. (2008). *Metodolgi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Liliweri, Alo. (2003). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Moerdijati, Sri. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- <https://njombangan.com/2018/11/25/selamat-datang-di-jombang-kota-santri-kota-toleransi/>
- <https://www.ngopibareng.id/read/mbegendeng-kedai-kopi-di-jombang-hasil-ide-kiai-mudjib-mustain>