

**DAFTAR ISI**

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....  | ii   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....  | iv   |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....   | vi   |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....   | vii  |
| ABSTRAK .....  | viii |
| KATA PENGANTAR .....   | x    |
| DAFTAR ISI.....  | xi   |
| DAFTAR TABEL.....  | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 9    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 10   |
| 1.5 Tinjauan Pustaka .....   | 10   |
| 1.5.1 Identitas Kultural dan Budaya Pecinta Kopi.....                          | 10   |
| 1.5.2 <i>Urban Culture</i> dan Masyarakat Urban .....                          | 14   |
| 1.5.3 Gaya Hidup Postmodern.....   | 17   |
| 1.5.4 <i>Coffee Culture</i> di Indonesia .....                                 | 22   |
| 1.5.5 Budaya Visual dan Semiotika Spasial ( <i>Vernacular Semiotics</i> )..... | 28   |
| 1.6 Metodologi Penelitian .....  | 33   |
| 1.6.1 Metode dan Fokus Penelitian.....   | 33   |
| 1.6.2 Tipe Penelitian .....  | 34   |
| 1.6.3 Pendekatan Penelitian .....  | 34   |
| 1.6.4 Subjek Penelitian .....  | 35   |
| 1.6.5 Unit Analisis .....  | 35   |
| 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....   | 35   |
| 1.6.7 Teknik Analisis Data .....   | 37   |
| BAB II GAMBARAN UMUM.....  | 39   |
| 2.1. Kedai Kopi dan Warung Kopi dalam Konteks Indonesia.....                   | 39   |

|  |     |
|--|-----|
| 2.2 Kedai Kopi <i>Third wave</i> dan Persaingan Kedai Kopi di Surabaya .....               | 44  |
| 2.3 Kedai Kopi Sebagai <i>Third Place</i> di Perkotaan .....                               | 51  |
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 53  |
| 3.1. Makna Referensial, Expressive, dan Phatic dalam Kajian Visual <i>Vernacular</i> ..... | 53  |
| 3.2 Kedai Kopi <i>Start With Coffee : Kopi dan Mahasiswa</i> .....                         | 55  |
| 3.3 Kedai Kopi <i>Sequence : ‘Slow Lazy Bar’ dan ‘We Brew Speciality Coffee’</i> ....      | 68  |
| 3.4 Kedai Kopi <i>Rumah Rendjana : Memorizing Ottoman Empire</i> .....                     | 80  |
| 3.5 Bagan Analisis Tanda <i>Phatic</i> dan <i>Expressive</i> .....                         | 92  |
| BAB IV PENUTUP .....   | 103 |
| 4.1 Kesimpulan .....   | 103 |
| 4.2 Saran.....   | 109 |
| Daftar Pustaka .....   | 110 |

**DAFTAR TABEL**

**Tabel 3.1** Fungsi bahasa dilihat dari target dan sumber pesan ..... 53

**DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| <b>Gambar 2.1</b> Perbandingan kemasan kedai kopi dan warung kopi.....                                      | 40 |
| <b>Gambar 2.2</b> Gerobak warung kopi di pinggiran kota .....   | 41 |
| <b>Gambar 2.3</b> Pengendara ojek online menunggu pesanan di warung kopi.....                               | 42 |
| <b>Gambar 2.4</b> Berbagai jenis jajanan dan nasi bungkus di Warung Kopi .....                              | 43 |
| <b>Gambar 2.5</b> warung kopi diisi oleh pelanggan singgah.....   | 43 |
| <b>Gambar 2.6</b> Suasana kedai kopi franchise starbucks.....   | 46 |
| <b>Gambar 2.7</b> Starbucks menjual souvenir dan biji kopi.....   | 49 |
| <b>Gambar 3.1</b> Letak coffee bar pada kedai kopi Start With Coffee .....                                  | 56 |
| <b>Gambar 3.2</b> Pelanggan di dalam kedai Start With Coffee.....   | 57 |
| <b>Gambar 3.3</b> Pelanggan berinteraksi seputar biji kopi di depan bar Kedaia.....                         | 58 |
| <b>Gambar 3.4</b> Mahasiswa di dalam kedai berkumpul sambil mengerjakan tugas..                             | 59 |
| <b>Gambar 3.5</b> Stiker komunitas dalam kedai kopi Start With Coffee .....                                 | 60 |
| <b>Gambar 3.6</b> Logo Start With Coffee di berbagai tempat.....  | 61 |
| <b>Gambar 3.7</b> Lingkungan di luar dan di dalam kedai Start With Coffee.....                              | 63 |
| <b>Gambar 3.8</b> Ruang depan kedai Start With Coffee .....   | 66 |
| <b>Gambar 3.9</b> Suasana di dalam kedai kopi Sequence .....  | 69 |
| <b>Gambar 3.10</b> Pelanggan Sequence menunggu pesanan mereka.....  | 70 |
| <b>Gambar 3.11</b> Logo dan tempat bersantai paling diminati di kedai.....                                  | 71 |
| <b>Gambar 3.12</b> Pelanggan Kedai Tengah Bersantai .....   | 72 |
| <b>Gambar 3.13</b> Interior Vintage dalam kedai kopi Sequence.....  | 75 |
| <b>Gambar 3.14</b> Pengunjung berumur mendatangi kedai kopi .....   | 76 |
| <b>Gambar 3.15</b> potret pedagang kaki lima di sekitar Sequence.....                                       | 78 |
| <b>Gambar 3.16</b> Alat-alat seduh kedai kopi dan suasana kumpul komunitas radio di<br>Rumah Rendjana ..... | 82 |
| <b>Gambar 3.17</b> Desain ruang kedai kopi Rumah Rendjana.....  | 83 |
| <b>Gambar 3.18</b> Warung kopi di sebrang Rumah Rendjana .....  | 84 |
| <b>Gambar 3.19</b> Logo dan slogan kedai kopi Rumah Rendjana .....  | 86 |
| <b>Gambar 3.20</b> Komunitas Kampus ITS Buka Bersama di Rumah Rendjana .....                                | 88 |
| <b>Gambar 3.21</b> Tanda ekspresif komunitas radio dan toko baju di kedai kopi<br>Rumah Rendjana .....      | 90 |