

INTISARI

Kopi merupakan minuman yang telah digemari oleh masyarakat di Indonesia. Seiring perkembangannya, masyarakat memilih untuk berkunjung ke kedai kopi demi menikmati kopi dan suasana di dalamnya dengan berbagai fasilitas yang ada. Kaum muda dengan intensitas tinggi dalam mengunjungi kedai kopi, akhirnya menciptakan fenomena di mana kedai kopi tidak hanya menjual minuman, namun bergeser menjadi simbol gaya hidup kaum muda dengan makna yang berbeda-beda. Dengan menjamurnya kedai kopi di Yogyakarta, membuat persaingan semakin ketat. Karena hal tersebut muncullah berbagai konsep kedai kopi, salah satunya *slow bar*, di mana pelanggan diajak untuk menikmati kopi dengan pelan yang kaya akan interaksi. Konsep tersebut menjadi daya tarik saya untuk menyelami fenomena bagaimana *slow bar* berkembang di Yogyakarta, salah satunya di *To Be Honsest Roastery* (TBH). Penelitian ini pada akhirnya ingin memahami bagaimana kedai kopi TBH secara efektif menjadi ruang interaksi bagi kaum muda serta menunjukkan karakteristik dari *tempat ketiga* yang merupakan tempat netral dan kaya akan interaksi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi dan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung dan wawancara yang mendalam, serta studi literatur untuk mendukung data lapangan. Informan pada penelitian ini berjumlah lima orang kaum muda dari berbagai latarbelakang yang secara langsung terlibat dalam fenomena yang terjadi di TBH. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TBH diakui menawarkan suasana yang intim, nyaman, dan ramah, meskipun dengan fasilitas yang terbatas seperti tanpa *wifi* dan ruang yang luas. Kedai ini menawarkan aksesibilitas yang mudah serta suasana kesederhanaan. Produk-produk di sana berhasil menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan, tidak hanya sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai pengalaman kolektif yang memperkuat interaksi sosial dan suasana yang ramah mendukung percakapan terjadi. Faktor-faktor ini membuat TBH menjadi pilihan kaum muda untuk menjalin interaksi sosial yang santai dan mendalam serta membuktikan konsep *tempat ketiga*.

Selain itu, pelanggan mengapresiasi suasana TBH yang memungkinkan mereka untuk “keluar dari rutinitas”, menghilangkan kegelisahan, dan menikmati momen dengan memaknai kopi yang dapat menjadi medium untuk berefleksi. Dalam hal ini, pelanggan merasa dapat belajar untuk memaknai waktu lebih baik dengan memperlambat ritme hidup mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa kedai kopi TBH tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang multifungsi yang memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan produktivitas kaum muda yang terangkum dalam konsep *tempat ketiga*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang peran kedai kopi, khususnya TBH sebagai ruang interaksi sosial bagi kaum muda di Yogyakarta.

Kata Kunci: Kedai kopi, interaksi sosial, TBH Roastery, tempat ketiga

ABSTRACT

Coffee has become a popular beverage among Indonesians. Over time, people have started visiting coffee shops not only to enjoy coffee but also to immerse themselves in the ambiance and facilities offered. Young people, with their high frequency of visits to coffee shops, have created a phenomenon where coffee shops are no longer just about selling beverages but have transformed into lifestyle symbols with diverse meanings. The rapid proliferation of coffee shops in Yogyakarta has intensified competition, leading to the emergence of various coffee shop concepts. One such concept is the slow bar, where customers are encouraged to savor their coffee slowly while fostering rich interactions. This concept intrigued me to explore the phenomenon of how slow bars are thriving in Yogyakarta, particularly at To Be Honest Roastery (TBH). This study aims to understand how TBH effectively serves as a space for social interaction among young people and highlights its characteristics as a third place—a neutral setting rich in interaction.

This research employs qualitative methods with an ethnographic and descriptive approach. Data collection was conducted through direct observation and in-depth interviews, and a review of relevant literature to support the field findings. The study involved five young informants from diverse backgrounds who were directly engaged in the phenomena occurring at TBH. The findings reveal that TBH is recognized for offering an intimate, cozy, and welcoming atmosphere, despite its limited facilities, such as the absence of Wi-Fi and spacious seating. The coffee shop provides easy accessibility and exudes simplicity. Its products are not only a key attraction for customers but also serve as collective experiences that enhance social interactions. This friendly atmosphere facilitates meaningful conversations. These factors make TBH a preferred choice for young people seeking relaxed and profound social interactions while demonstrating the concept of a third place.

Additionally, customers appreciate the ambiance of TBH, which allows them to "step out of their routines," alleviate anxiety, and savor moments by appreciating coffee as a medium for reflection. In this sense, customers feel they can learn to value time better by slowing down their pace of life. This research shows that TBH functions not merely as a place to enjoy coffee but also as a multifunctional space that caters to the psychological, social, and productivity needs of young people, encapsulated within the concept of a third place. The results of this study are expected to contribute to the understanding of the role of coffee shops, particularly TBH, as spaces for social interaction among young people in Yogyakarta.

Keywords: *Coffee shop, social interaction, TBH Roastery, third place.*