

ABSTRAK



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Program Studi Public Relations

Anisa Sella Safitri

44217110164

FENOMENA MOTIF PENGUNJUNG COFFEE SEA CAFE JAKARTA UTARA (STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGUNJUNG)

Coffee Sea Cafe Jakarta Utara didirikan pada 10 April tahun 2019, dengan menjadi pionir kopi lokal di Jakarta Utara. Coffee Sea Cafe mempunyai filosofi tersendiri. “Sea” yang mempunyai arti laut terdiri dari makna tersendiri bagi Bapak Akbar Ramadhan selaku pemilik Coffee Sea Cafe beliau memberikan nama “Sea Cafe” karena beliau adalah seorang pelaut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui motif pengunjung memilih mengunjungi Coffee Sea Cafe Jakarta Utara dan untuk mendeskripsikan serta memahami Fenomena Motif Pengunjung Coffee Sea Cafe Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Verbal, Komunikasi Non-Verbal, Fenomena, Motif, Pengunjung, Coffee Shop. Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme dengan desain penelitian kualitatif. Menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara dan observasi untuk melakukan penelitian secara langsung. Hasil penelitian ini dari seluruh narasumber, bahwa motif mereka berkunjung ke Coffee Sea Cafe sebagian besar untuk berkumpul dan menghabiskan waktu bersama teman dengan bermain bermacam game, Sharing antara Pengunjung dengan Barista, dan Adapun menikmati live musik yang diadakan oleh Coffee Sea Cafe.

Kata Kunci : Fenomena Motif Pengunjung, Coffee Sea Cafe.

ABSTRACT



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Public Relations

Anisa Sella Safitri
44217110164

PHENOMENON OF VISITOR MOTIVES AT COFFEE SEA CAFE NORTH JAKARTA (PHENOMENOLOGICAL STUDY OF VISITORS)

North Jakarta Coffee Sea Cafe was founded on April 10, 2019, by being a local coffee pioneer in North Jakarta. Coffee Sea Cafe has its own philosophy. "Sea" which means sea consists of its own meaning for Mr. Akbar Ramadhan as the owner of Coffee Sea Cafe. He gave the name "Sea Cafe" because he is a sailor. This study aims to describe and find out the motives of visitors choosing to visit North Jakarta Coffee Sea Cafe and to describe and understand the phenomenon of North Jakarta Coffee Sea Cafe visitors. This study uses the theory of Verbal Communication, Non-Verbal Communication, Phenomenon, Motives, Visitors, Coffee Shop. This study uses the constructivism paradigm with a qualitative research design. Using qualitative descriptive methods through interviews and observations to conduct research directly. The results of this study from all sources, that their motives for visiting Coffee Sea Cafe are mostly to gather and spend time with friends by playing various games, sharing between visitors and baristas, and enjoying live music held by Coffee Sea Cafe.

Keywords: Visitor Motive Phenomenon, Coffee Sea Cafe.