

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Citra (2013). *Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung)*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 1-15.
- Abadi, T. W. (1996). *Interaksi Komunikasi Dalam Negosiasi Pilihan Berbahasa Pada Masyarakat Bilingual di Surabaya*, Jurnal PRASASTI No.22 tahun VI April 1996.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo
- A.Fedyani Syaefuddin.2005. *Antropologi Kontemporer : Suatu Pengantar*.Bandung : Rosda.
- Akhmad Zaini Abar. 1995. *Kisah Pers Indonesia 1966-1974*. Yogyakarta: LKiS.
- Alo Liliweri. 2004. *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*,Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Amri, R. (2013). *Perkembangan Warung Kopi Phoenam 1946-2006*, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Anselm Strauss,Juliet Corbin. 2009. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2008. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Baran, S. J. & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan dan Masa Depan*, Jakarta: Salemba Humanika. Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Basrowi & Sudikin. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.

- Blank, G. & Van V. N. (2007). *Camping Out in the Coffee Shop World: A Sociological Analysis of Coffee Shop Conventions*, American University
- Budyatna, M. & Ganiem, L. M. (2012). *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cresswell, John W, 1994, *Research Design :Qualitative and Quantitative Approach*. California : Sage Publication.
- Crick,A.P.(2011). *New ThirdPlaces : Opportunities and Challenges, Tourism Sense making: Strategies to Give Meaning to Experience (Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Volume 5)*, Emerald Group Publishing Limited, pp.63-77, ISBN:978-0-85724-853-4. Cevilla, dkk., 1993. *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta : Universitas Indonesia.
- Denzin. N. K. & Lincoln. Y. S. (Editors) (1994). *Handbook of Qualitative Research*. London. New Delhi: Sage.
- Devito, J. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi Kelima. Jakarta : Kharisma Publishing Group
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta : PT. LkiS Pelangi Aksara.
- Goenawan, F. (2008). Nilai dan Gaya Hidup Masyarakat di Dalam Media. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*. Vol.2, No.2, Juli 2008: 183-190.
- Gupta, N. & Hampton, K. N. (2003). *Grande Wi-Fi: Social Interaction in Wireless Coffee Shop World*.
- Habermas. Jurgen. 2008. "Ruang publik Jurgen Habermas sebuah kajian tentang kategori masyarakat Borjuis ". Yogyakarta : Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (POD)*. Jakarta: Granit.
- Hanitzsch, T. (2001). *Teori Sistem Sosial dan Paradigma Konstruktivisme: Tantangan Keilmuan Jurnalistik di Era Informasi*. *Jurnal Mediator*. Vol.2 No.2. 20 Maret 2016.
- Hardjana, A. (2003). *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*, Yogyakarta: Kanisius. Hasbiansyah, O. (2004). *Konstelasi Paradigma Objektif dan Subjektif dalam Penelitian Komunikasi dan Sosial*. *Jurnal Komunikasi Mediator*.

- Ibrahim, Idy Subandi, Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam dinamika Globalisasi*, Edisi Pertama. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Khoironi, F. (2010). Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi (Analisis Profil Komunitas Warung Kopi Blandongan di Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Kartini Kartono, 1990. Pengantar Metodologi Riset Sosial. Bandung: Mandar Maju.
- Khairul Jasmi. "Pers Sumatera Barat; Konfigurasi Pemikiran yang Menakjubkan". Majalah *Pantau*, edisi Februari 2002.
- Kode Etik Jurnalistik (KEJ) Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)*. (29 Juni 2015) dari www.pwi.or.id. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Wartawan>).
- Lestari, Ika. 2009. *Jurgen Habermas : Public Sphere (Ruang Publik) dan Medi Massa*. <http://ikalestarii.blogspot.co.id/2009/02/jurgen-habermas-public-sphere-ruang.html>. diakses Desember 2016.
- Littlejohn, S. W. Dan Karen A.F. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lin,E. Y. (2012). *Starbucks as the Third Place : Glimpses into Taiwan's Consumer Cultureand Lifestyles*.Journal of International Consumer Marketing. Volume 24, 119-128. 7 Februari 2016
- Luwi Ishwara. 2011. *Jurnalisme Dasar*.Jakarta : PT. Kompas Media Nusantara.
- Masduki. 2004. *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik*.Yogyakarta : UII Press.
- Mardalis, 1999. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta : Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prabowo R. Cahyo, *warung kopi sebagai bentuk komunikasi efektif masyarakat indonesia*,(Online), (<http://www.warung-kopi-sebagai-bentukkomunikasi-efektif-dan-komunikasi-lintas-budaya-masyarakat-indonesia595770.html>), diakses tanggal 10Oktober 2015.

- Rahmat Kriyanto. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Reztya, R. 2009. *Ngopi antara hobi dan kebutuhan*, (Online), (<http://www.mc8ukkgopi-antara-hobi-dan-kebutuhan.html>), diakses tanggal 19 September 2015.
- Rivers,W.L.,Peterson,T.&Jensen, J. W. (2003).*Media Massa & Masyarakat Modern*. Edisi Kedua.Jakarta:PrenadaMedia.
- Rosenbaum, M. S. (2006). Exploring the Social Supportive Role of Third Places in Consumer's Lives, Illinois University. *Journal of Service Research*, DOI: 10.1177/1094670506289530 Vol.9, 59-72. 7 Februari 2016. www.jsr.sagepub.com.
- Robinson, S. & Deshano, C. (2011). Citizen Journalists and Their Third Place. *Journalism Studies*. DOI:10.1080/1461670X.2011.557559 Volume 12, 642-657. 7 Februari 2016. www.tandfonline.com.
- Samsul Wahidin, 2013, *Dimensi Etika dan Hukum Profesionalisme Pers*,Jogjakarta : Pustaka Pelajar.
- Samovar,L.A.,Porter,R. E.&McDaniel,E.R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta:SalembaHumanika
- Satjipto Rahardjo, 2010.*Sosiologi Hukum, Esai-esai Terpilih*, Jogjakarta : Genta Publishing.
- Silaban,M.W. (2012). *Analisis Penerapan Ekonomi Media Pada Media Market Leader*. *Journal of Advanced Communication*. Volume 2 Nomor1.ISSN2087-9350,25 Januari 2016, www.library.binus.ac.id.
- Scheufele, Dietram A. 1999. "Framing as a theory of media effects." *Journal of communication* 49.1 (1999): 103-122.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto Pudjomartono. 1998. *Pers Indonesia Pasca Soeharto*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Suyanto, Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Predana Media Group: Jakarta.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers (19 September 2015) dari www.pwi.or.id.

Vien Dimiyati. 2013. *Mengembalikan Kejayaan Kopi Indonesia*. (online) (www.Jurnas.com), diakses tanggal 14 September 2015.

Wikipedia. *Warung Kopi*, (Online), (<http://www.wikipedia.com>), diakses tanggal 10 Oktober 2015.

<http://lahatonline.com/3879-warung-kopipun-jadi-ajang-kumpul-para-jurnalis.html>, diakses pada tanggal 06 januari 2016.

<http://www.inioke.com/berita/artikel/feature/125/04/06/2015/menikmati-kopi-sambil-mengubah-sejarah-di-rimbun-espreso-brew-bar>, diakses tanggal 19 September 2015.

<http://kris170845.wordpress.com/2014/07/24/mengidentifikasi-sumber-terpercaya-secara-jurnalistik/>, diakses tanggal 3 September 2016.

