

BAB 4

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dilapangan, dapat kita simpulkan bahwa :

1. *Coffee shop* yang terdapat pada sekitar lingkungan kampus Unand Limau manis tentu tidak sama dengan Café yang juga terdapat disekitar kampus Unand Limau Manis, beberapa karakteristiknya yaitu *coffee shop* penggunaan *manual brewing* dalam proses penyajiannya seperti *rok press*, *V60*, *aero press*, dan *French press*, barista terdiri dari *full time*, *part time*, dan *owner*, serta juga terdapat dari kalangan mahasiswa, harga yang bervariasi, dan desain interior *coffee shop* yang disesuaikan dengan kenyamanan dan tujuan dari masing-masing *coffee shop*.
2. Mahasiswa yang menjadi pelanggan *coffee shop* pada sekitar kampus Unand Limau Manis dicirikan dengan frekuensi berkunjung yang tinggi rentang dari 4-6 kali dalam satu minggu, dan cenderung nongkrong dalam intensitas waktu yang lama sekitar 4-6 jam dalam pertiap kunjungannya dalam hal tersebut mereka pun tidak merasa membuang waktu bahkan sebaliknya, yaitu memanfaatkan waktu luang sehingga cenderung tidak memiliki tempat tongkrongan yang lain jika sepulang dari kampus, kalau adapun akan tetap di nongkrong di *coffee shop* yang ada di pusat kota, dan ciri selanjutnya yang didapati ialah tidak seluruhnya mahasiswa sebagai pelanggan *coffee shop* sekitar kampus Unand Limau Manis ialah seorang

penyuka kopi (*addicted coffee*) dan terdapat perbedaan bagaimana mahasiswa laki-laki dan perempuan dalam mengonsumsi kopi.

3. Makna mengonsumsi kopi bagi mahasiswa pelanggan *coffee shop* disekitar kampus Unand Limau Manis dapat di deskripsikan menjadi lima yaitu ngopi bagian dari gaya hidup maksudnya disini mahasiswa merasa lebih bergaya dan dapat menginterpretasikan diri saat ngopi di *coffee shop*, sebagai media sosialisasi, media menambah jaringan, media sumber informasi yang biasanya disalurkan lewat diskusi dan obrolan ringan, media hiburan bagi diri dalam melepaskan keletihan dalam hal perkuliahan ataupun lainnya, dan kopi dianggap mampu membangkitkan inspirasi, sejalan dengan pemikiran Baudrillard yaitu makna dalam mengonsumsi kopi di atas ini tampak jelas bahwa kini kopi dikonsumsi bukan lagi karena kebutuhan melainkan karena makna-makna serta nilai tanda yang direkonstruksi dan direproduksi secara sadar ataupun tidak sadar saat kita berada ataupun mengonsumsi kopi di *coffee shop*.

4.2 Saran

Adapun saran yang diberikan penulis kepada beberapa pihak adalah sebagai berikut :

1. Untuk mahasiswa pelanggan *coffee shop* agar mengurangi intensitas berkunjung, karena jika hal tersebut terus berlangsung secara tidak sadar akan membuat mahasiswa yang menjadi pelanggan tersebut terjangkit konsumerisme *skizofrenik* yang dimana merasa hasrat tidak pernah terpenuhi, kebutuhan tidak pernah terpenuhi oleh objek hasrat yaitunya

coffee shop. Dan kemudian produk, gaya, citraan yang tercipta serta datang silih berganti akan menjadi tumpang tindih, bersilangan, saling kontradiktif bagai hutan rimba itulah *skizofrenia*. Hal tersebutlah yang harus dihindari dari masyarakat consumer era kapitalis mutakhir.

2. Untuk mahasiswa yang bukan pelanggan *coffee shop* untuk waspada pada era kapitalis mutakhir saat ini karena saat ini komoditi dimuati tanda, makna serta kode sosial yang sedemikian rupa yang seolah-olah akan menciptakan kesejahteraan padahal bisa jadi itu hanya semu, halusinasi *image* yang tercipta dari elektronik, food, furniture, dan semua hal yang bisa dijadikan komoditi.

