BAGAIMANA KAPITALISME MEMPERDAGANGKAN KEHENINGAN (*SILENCE*): STUDI SENSORIS ATAS RUANG KAFE "ANTOLOGI SPACE" YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh

Rani Putri Uswatun Hasanah

22321278

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

BAGAIMANA KAPITALISME MEMPERDAGANGKAN KEHENINGAN (*SILENCE*): STUDI SENSORIS ATAS RUANG KAFE "ANTOLOGI SPACE" YOGYAKARTA

Oleh:

RANI PUTRI USWATUN HASANAH

22321278

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji

Tanggal: 18 Mei 2026

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Skripsi

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A

NIDN.0512048302

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

BAGAIMANA KAPITALISME MEMPERDAGANGKAN KEHENINGAN (SILENCE): STUDI SENSORIS ATAS RUANG KAFE "ANTOLOGI SPACE" YOGYAKARTA

Disusun oleh:

RANI PUTRI USWATUN HASANAH
22321278

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 29 Mei 2026

Dosen Penguji:

Ketua : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A
NIDN. 0512048302

Anggota : Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms.
NIDN. 0517078101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms.
NIDN. 0517078101

HALAMAN SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Surat Pernyataan Integritas Akademik

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Rani Putri Uswatun Hasanah
Tempat dan Tanggal Lahir	: Tarakan, 27 Januari 2005
Alamat	: Jalan Jeruk, RT/RW 032/011, No 28, Kelurahan Tanjung Selor Hilir, Kecamatan Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara, 77212
NIM	: 22321278
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Hubungan Internasional adalah karya saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan:

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar.
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi.
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil kerja saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya di atas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 7 Mei 2026



Rani Putri Uswatun Hasanah
(22321278)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa : "Fa inna ma'al – 'usri Yusra, Inna ma'al – 'usri yusra"
"sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"
(QS. Al-Insyirah 94 : 5-6)

"Pelan pasti ku kabulkan s'gala catatan harapmu, tentang masa depan, tentang masa terang, kebul jalan kuterjang"
(Gemilang, Perunggu)

"Hidup bukan untuk saling mendahului, bayangan yang diciptakan oleh mentari, ada karena matahari bermaksud terpuji, untukmu cintai diri sendiri hari ini"
(Baskara Putra, Hindia)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk Aba, Mama, kedua adik tersayang, serta diri saya sendiri

HALAMAN PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* yang senantiasa melimpahkan rahmat, kasih sayang, serta kekuatan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul *"Bagaimana Kapitalisme Memperdagangkan Keheningan (Silence: Studi Sensory atas Ruang Kafe "Antologi Space" Yogyakarta"* dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia. Shalawat serta salam tidak lupa penulis curahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi Wa Sallam yang menjadi teladan bagi umat manusia dalam menjalani kehidupan.

Bagi Penulis, proses penyusunan skripsi ini bukan sekedar perjalanan akademik, melainkan juga proses belajar memahami banyak hal tentang ketekunan, rasa lelah, keraguan, dan cara untuk tetap melangkah di tengah berbagai rintangan. Mulai dari pencarian ide penelitian, proses turun lapangan, membaca berbagai teori, hingga menyusun setiap halaman tulisan, semuanya menjadi bagian dari perjalanan panjang yang memberikan banyak pelajaran dan pengalaman berharga bagi penulis.

Atas izin *Allah Subhanahu Wa Ta'ala*, seluruh proses tersebut akhirnya dapat penulis lalui hingga penelitian ini terselesaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa dukungan, bantuan, doa, dan kehadiran banyak pihak yang menemani proses penulis selama ini. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Aba, cinta pertama penulis, terima kasih karena tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis. Aba juga menjadi salah satu motivasi terbesar dan alasan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kerja keras yang engkau tukarkan menjadi nafkah agar anakmu dapat sampai di titik ini dan menempuh pendidikan tinggi. Terima kasih telah menjadi sosok yang mengajarkan penulis tentang bertanggung jawab, keteguhan, dan perjuangan dalam hidup. Semoga Aba selalu diberikan kesehatan, umur panjang, dan kebahagiaan agar dapat terus membersamai setiap perjalanan dan pencapaian penulis.
2. Mama, pintu surga dan separuh nyawa penulis, terima kasih telah melahirkan, membesarkan, dan mengajarrkan begitu banyak hal kepada penulis. Mama juga

menjadi motivasi terbesar penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Terima kasih telah menjadi perempuan yang begitu tangguh, tempat pulang, serta sandaran terkuat di tengah kerasnya dunia. Terima kasih atas segala kerja keras, pengorbanan, cinta, dan doa yang selalu terlantun dalam setiap sujud Mama demi penulis hingga mampu sampai di titik ini dan menempuh pendidikan tinggi. Semoga Mama selalu diberikan kesehatan, umum panjang, dan kebahagiaan agar dapat terus membersamai setiap perjalanan dan pencapaian penulis.

3. Kedua adikku tersayang, Rifqi dan Rafifah, terima kasih karena telah menjadi salah satu motivasi terbesar penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas tawa, semangat, perhatian, dan kehadiran kalian yang selalu mampu menjadi penguat di tengah lelahnya proses yang penulis jalani. Semoga penulis dapat menjadi sosok kakak yang baik serta seseorang yang dapat kalian banggakan di kemudian hari.
4. Bapak Holy Rafika Dhona, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Zaki Habibi, selaku dosen pembimbing akademik sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan, dukungan, serta pendampingan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga masa skripsi.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, pembelajaran selama penulis menjalani pendidikan perkuliahan.
7. Keluarga besar penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama menjalani pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat SMP, SMA, dan Sahabat Kulan-Kulan, terima kasih menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, cerita, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis di setiap proses kehidupan yang dijalani.
9. Sahabat seperjuangan perkuliahan, Dea dan Vinori, terima kasih telah menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala dukungan,

cerita, tawa, bantuan, serta kebersamaan yang diberikan kepada penulis dalam melalui berbagai proses hingga sampai di titik ini.

10. Sahabat-Sahabat kos Andari, Kak Fiqa, Kak Dhiya, Kak Hana, Dea, Fia, Thaya, Keysha, dan Adek Shabrina, yang telah menjadi rumah bagi penulis selama hidup dan berproses di Yogyakarta. Terima kasih atas segala tawa, cerita, sedih, kebersamaan, perhatian, serta dukungan yang diberikan kepada penulis. Terima kasih karena telah menjadi garda terdepan yang menemani penulis selama menjalani kehidupan perkuliahan di Yogyakarta.
11. Sahabat TK penulis, Rina, terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis hingga saat ini. Terima kasih atas dukungan, cerita, canda, tawa dan kebersamaan yang terus terjalin sampai sekarang,
12. Teman-teman bimbingan skripsi serta teman-teman angkatan 2022 Program Studi Ilmu Komunikasi, terima kasih atas kebersamaan dan pengalaman yang telah dibagikan selama menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
13. Antologi Space dan seluruh informan penelitian, terima kasih telah meluangkan waktu, berbagi pengalaman, cerita, dan pandangan sehingga penelitian ini dapat berjalan dan tersusun dengan baik.
14. Terakhir, untuk diri sendiri, anak perempuan pertama yang membawa banyak harapan di dalam hidupnya. Terima kasih karena tetap mencoba kuat di tengah rasa lelah, takut, kecewa, dan berbagai hal yang tidak selalu berjalan sesuai harapan. Terima kasih untuk setiap langkah kecil yang tetap dipaksakan berjalan meski hati dan pikiran terasa penuh. Terima kasih kepada diri yang terus belajar ikhlas menerima keadaan, belajar bangkit dari kegagalan, dan belajar percaya bahwa setiap proses akan menemukan jalannya sendiri.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 9 Mei 2026
Penulis,



Rani Putri Uswatun Hasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
1. Manfaat Teoritis 7
2. Manfaat Praktis 8
E. Tinjauan Pustaka 8
F. Kerangka Konseptual 15
1. Production of Space Henri Lefebvre 15
2. Budaya Konsumsi (Consumer Culture Theory) 18
G. Metode Penelitian 20
1. Jenis Penelitian 20
2. Metodologi Etnografi Kritis 21
3. Teknik Pengumpulan Data dalam Etnografi Sensoris 21
4. Metode Analisis Data dalam Etnografi Sensoris 23
BAB II 25
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 25
A. Profil Umum Antologi Space Yogyakarta 25
B. Konsep dan Filosofi Ruang 26
C. Tata Ruang dan Desain Interior 27

D. Posisi Antologi Space dalam Budaya Kafe Yogyakarta 29
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN 31
A. Hasil Temuan 31
1. Keheningan sebagai Pengalaman Sensoris dan Afektif dalam Produksi Ruang . 31
2. Keheningan Antologi Space dalam Kerangka Budaya Konsumsi 46
B. Pembahasan 53
BAB IV PENUTUP 60
A. Kesimpulan Penelitian 60
B. Keterbatasan Penelitian 61
C. Saran/Rekomendasi Akademik 62
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN 1 66
DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA 66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Halaman Depan Antologi Space 25
Gambar 2. 2 Depan Antologi Space 25
Gambar 2. 3 Area Lantai 1 Antologi Space 27
Gambar 2. 4 Area Lesehan Lantai 1 Antologi Space 28
Gambar 2. 5 Depan Bar Antologi Space 28
Gambar 2. 6 Kondisi Area Lantai 1 Antologi Space 28
Gambar 3. 1 Suasana Antologi Space pada jam-jam tidak ramai pengunjung 34
Gambar 3. 2 Indoor Antologi Space 40
Gambar 3. 3 Pengunjung Fokus Mengerjakan Sesuatu 46
Gambar 3. 4 Pengunjung Fokus Mengerjakan Kerjaannya 48
Gambar 3. 5 Pengunjung Fokus dengan Kegiatannya 52

ABSTRAK

Hasanah, Rani Putri Uswatun 22321278 (2026) ***Bagaimana Kapitalisme Memperdagangkan Keheningan (Silence): Studi Sensoris atas Ruang Kafe "Antologi Space" Yogyakarta*** **(Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Kafe dalam perkembangan gaya hidup perkotaan tidak hanya berfungsi sebagai ruang konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang dikurasi secara atmosferik untuk membentuk pengalaman tertentu bagi pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana keheningan di kafe Antologi Space Yogyakarta diproduksi, dikonstruksikan, dan dimaknai dalam pengalaman ruang pengunjung serta dalam kerangka budaya konsumsi kapitalisme kontemporer. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi kritis pada ruang Antologi Space Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi di lapangan. Analisis penelitian menggunakan teori produksi ruang Henri Lefebvre, *Consumer Culture Theory*, serta pendekatan geomedia dan *sensory studies* untuk memahami pengalaman sensoris pengunjung dalam ruang kafe tanpa musik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keheningan di Antologi Space terbentuk melalui praktik sosial pengunjung yang menjaga ketenangan, representasi ruang yang dirancang untuk mendukung fokus dan aktivits produktif, serta pengalaman subjektif pengunjung yang memaknai ruang tersebut sebagai ruang yang tenang, aman, dan kondusif. Dalam konteks budaya konsumsi, keheningan juga berperan dalam pembentukan identitas konsumen sebagai individu produktif serta menjadi bagian dari praktik sosial dalam ruang kafe. Penelitian ini juga menemukan bahwa keheningan tidak dapat dipahami sebagai bentuk resistensi terhadap kapitalisme, melainkan sebagai bagian dari strategi komodifikasi pengalaman. Keheningan dikemas sebagai nilai tambah yang dapat dikonsumsi, sehingga menunjukkan bagaimana kapitalisme mampu mengubah kondisi yang tampak sederhana menjadi komoditas bernilai dalam pengalaman ruang.

Kata kunci : Produksi ruang, kafe, keheningan, kapitalisme, pengalaman sensoris, budaya konsumsi

ABSTRACT

Hasanah, Rani Putri Uswatun 22321278 (2026) ***How Capitalism Commodifies Silence: A Sensory Study of the Cafe Space "Antologi Space" Yogyakarta.*** **(Bachelor Thesis). Communication Science Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Indonesian Islamic University.**

Cafés in contemporary urban lifestyle have evolved beyond their function as spaces of consumption into socially curated environments that shape specific spatial and sensory experiences. This study aims to analyze how silence at Antologi Space café in Yogyakarta is produced, constructed, and interpreted within visitors' spatial experience and within the framework of contemporary capitalist consumer culture. This research employs a qualitative method with a critical ethnographic approach conducted at Antologi Space Yogyakarta. Data were collected through participant observation, in-depth interviews, and field documentation. The analysis is guided by Henri Lefebvre's theory of the production of space, Consumer Culture Theory, as well as geomedia and sensory studies to understand visitors' sensory experiences in a café without music. The findings show that silence at Antologi Space is produced through visitors' spatial practices of maintaining quietness, spatial representations designed to support focus and productivity, and representational space where visitors interpret the café as calm, safe, and conducive for personal activities. Within consumer culture, silence also contributes to the formation of consumer identity as productive individuals and becomes part of collective social practices within the café space. This study further finds that silence should not be understood as resisrance to capitalism, but rather as part of the commodification of experience. Silence is packaged as an added value that can be consumed, demonstrating how capitalism transforms seemingly ordinary conditions into valuable commodities within spatial experiences.

Keywords : Production of space, café , silence, capitalism, sensory experience, consumer culture

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang, di mana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Meskipun termasuk dalam kategori restoran, kafe lebih menekankan pada suasana suasana santai, hiburan dan kenyamanan seringkali dilengkapi dengan tempat duduk yang nyaman dan alunan musik (Maulidi dalam Hummairah, 2023). Seiring dengan gaya hidup modern, kafe telah menjadi pilihan populer bagi mahasiswa dan pekerja untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Suasana kafe yang nyaman, dilengkapi dengan interior estetis dan alunan musik yang menenangkan, sering dianggap dapat meningkatkan motivasi belajar dan bekerja. Namun, pandangan ini tidak berlaku untuk semua orang. Bagi sebagian individu, suara bising dari pengunjung lain atau musik yang terlalu keras justru menjadi pengganggu yang menghambat (Ikhsan, 2025).

Kota Yogyakarta, yang dikenal sebagai kota pelajar dan budaya, kini juga menjadi pusat bagi penggemar kopi. Peningkatan jumlah kafe di seluruh kota merupakan fenomena unik yang mencerminkan tren gaya hidup perkotaan. Menurut data Google Maps, pada tahun 2018 terdapat sekitar 350 kafe di Yogyakarta dan jumlah ini meningkat lebih dari tiga kali lipat menjadi lebih dari 1.100 kafe pada tahun 2024. Wilayah seperti Kotabaru, Jalan Kaliurang, dan area sekitar kampus Universitas Gadjah Mada menjadi pusat konsentrasi pertumbuhan ini (Imarasari, 2024). Pertumbuhan signifikan ini menunjukkan bahwa kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi atau minum kopi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial, tempat bekerja, berdiskusi, bahkan menjadi simbol identitas gaya hidup tertentu.

Namun, di tengah dominasi kafe yang berlomba-lomba menciptakan suasana ramai dan tampilan yang menarik secara visual, Antologi Space justru tampil berbeda sebagai kafe yang memilih untuk tidak memutar musik sama sekali. Pilihan ini menawarkan pengalaman unik dan menarik untuk diteliti. Ketika sebagian besar kafe menggunakan musik sebagai cara untuk membangun suasana dan menjaga kenyamanan pengunjung, Antologi Space justru menekankan keheningan sebagai daya tarik utamanya. Hal ini memunculkan pertanyaan penting: apakah keheningan di Antologi Space merupakan bentuk diferensiasi ruang yang autentik, atau justru

bagian dari tren baru dalam logika konsumsi yang mengemas keheningan sebagai komoditas?

Memilih Antologi Space di Yogyakarta dibandingkan kafe-kafe tanpa musik lainnya, termasuk yang ada di kota besar seperti Jakarta, bukan sekedar soal preferensi suasana sunyi, melainkan juga berkaitan dengan bagaimana keheningan itu dikonstruksikan sebagai pengalaman ruang yang terkurasi dan kontekstual. Banyak kafe di Jakarta yang juga memilih untuk tidak memutar musik, namun sebagian besar melakukannya semata-mata demi menciptakan suasana minimalis atau mengikuti tren estetik "*calm cafe*" yang sedang populer. Dalam konteks ini, keheningan menjadi daya tarik visual dan atmosferik, bukan karena alasan fungsionalitas atau refleksi sosial, tetapi karena ia menjadi *branding value* tersendiri.

Berbeda dari itu, Antologi Space berusaha membangun keheningan sebagai bagian dari identitas ruang, bukan hanya sekedar ornamen suasana. Letaknya di Yogyakarta, kota dengan irama hidup yang cenderung lebih lambat dan reflektif dibandingkan kota metropolitan seperti Jakarta, menjadikan keheningan di Antologi Space lebih menyatu dengan lingkungan sosial dan ritme keseharian warganya. Keputusan untuk tidak memutar musik dilakukan secara sadar dan konsisten, menciptakan suasana yang memungkinkan pengunjung untuk mengalami ruang secara perlahan dan penuh kesadaran. Dalam suasana tersebut, aktivitas seperti bekerja, membaca, atau berdiskusi menjadi lebih intim dan terfokus.

Di sinilah konsep afek dan *politics of emotion* dari Sara Ahmed menjadi penting. Dalam buku *The Cultural Politics of Emotion*, ia menekankan bahwa emosi bukan hanya milik individu, melainkan bersifat sosial dan politik (Ahmed, 2004). Emosi dapat "melekat" pada ruang, tubuh, objek serta membentuk bagaimana ruang itu dirasakan dan dimaknai. Perasaan tenang, nyaman dan aman di Antologi Space bukan sesuatu yang natural, melainkan diproduksi dan dikondisikan melalui praktik spasial dan sosial tertentu. Keheningan dalam hal ini dapat dipahami sebagai bentuk politik afektif, di mana perasaan tertentu yaitu ketenangan dan aman diproduksi, dilekatkan pada ruang dan menjadi bagian dari cara kapitalisme mengatur kehidupan sosial. Maka, keheningan di Antologi Space bukan hanya absennya suara, melainkan merupakan strategi afektif yang membentuk pengalaman, identitas, dan bahkan hirarki konsumsi.

Namun, penting untuk tidak serta merta memahami ketiadaan musik di Antologi Space sebagai bentuk resistensi terhadap logika kapitalisme atau budaya

konsumsi arus utama. Dalam realitas sosial, keheningan pun dapat dijual sebagai "produk suasana" yang bernilai, sebuah gaya hidup yang estetik, produktif, tenang, dan *mindfull*. Bahkan bisa saja, strategi keheningan ini merupakan bentuk respons terhadap kebutuhan konsumen kelas menengah yang semakin jenuh dengan keramaian dan distraksi. Maka, alih-alih memposisikan keheningan di Antologi Space sebagai bentuk perlawanan terhadap dominasi kapitalisme, pendekatan yang lebih reflektif adalah melihat bagaimana keheningan itu justru dikonstruksi dan dikemas dalam logika konsumsi. Ini menunjukkan bahwa kapitalisme tidak hanya mengakomodasi keramaian, tetapi juga mampu mengkomodifikasi keheningan sebagai bagian dari nilai jual suasana.

Dalam kerangka inilah pemikiran Christian Fuchs menjadi relevan. Seorang sarjana media dan ekonomi politik komunikasi yang menekankan bahwa ruang bukan hanya produk fisik, tetapi juga hasil dari kerja komunikasi dan sosial (Fuchs, 2018). Berdasarkan pemikiran Henri Lefebvre, Fuchs menyatakan bahwa kapitalisme bekerja melalui pengaturan via komunikasi, menghubungkan basis produksi (tanah, bangunan, infrastruktur) dengan elemen-elemen ideologis dan simbolik seperti suasana, keheningan, ketenangan, dan gaya hidup. Maka, pengalaman keheningan di Antologi Space bisa saja bukan resistensi terhadap kapitalisme, tetapi justru bagian dari mekanisme kapitalisme itu sendiri, yang mampu mengkomodifikasi bahkan hal-hal yang tampak "natural" atau "alternatif".

Lefebvre sendiri yang menekankan bahwa ruang dalam kapitalisme diproduksi secara abstrak dimana ruang konkret seperti kafe diubah menjadi objek konsumsi dan alat kontrol. Dalam konteks ini, keheningan bisa berfungsi sebagai nilai tambah komersial, bukan sebagai penolakan terhadap kapitalisme. Dengan demikian, ruang seperti Antologi Space justru memperlihatkan bagaimana kapitalisme mampu menyerap bahkan praktik-praktik yang tampak berbeda dan mengemasnya sebagai produk eksklusif.

Untuk memahami pengalaman keheningan secara mendalam, pendekatan geomedia dan sensory studies menjadi penting. Geomedia didefinisikan sebagai sebuah konsep relasional yang berusaha memotret peran penting media dalam mengorganisasikan dan memberi makna pada proses-proses dan aktivitas dalam sebuah ruang. Dengan kata lain, geomedia adalah teknologi dan media yang berperan dalam produksi, representasi, dan pengalaman ruang serta mobilitas dalam dunia yang semakin dimediasi oleh media digital. Konsep ini menekankan bagaimana

media tidak hanya merepresentasikan ruang, tetapi juga secara aktif membentuk dan mengorganisasi ruang dan praktik sosial didalamnya (Fast, Karin; Jansson, André; Lindell, Johan; Bengtsson, Linda Ryan; Tesfahuney, Mekonnen, 2018).

Elemen-elemen non-visual seperti keheningan dan suasana tanpa musik berfungsi sebagai media yang membentuk cara pengunjung mengalami ruang di kafe Antologi Space. Pilihan untuk tidak menghadirkan musik bukan sekedar soal estetika, melainkan merupakan strategi dalam menciptakan ruang yang mempengaruhi interaksi sosial, fokus, dan kenyamanan pengunjung. Keheningan di tempat ini menjadi medium yang mengatur pengalaman sosial dan sensoris secara berbeda dibandingkan kafe lain yang biasanya menggunakan musik sebagai latar suasana.

Menurut buku *Doing Sensory Ethnography* (Pink, 2009), *sensory studies* adalah pendekatan yang menempatkan indera sebagai objek kajian sekaligus sebagai alat untuk memahami budaya dan pengalaman manusia. Pendekatan ini menekankan pentingnya penggunaan indera dalam penelitian etnografi untuk menangkap cara-cara di mana pengalaman sensoris membentuk interaksi sosial dan makna budaya. Penggunaan indera secara intensif dalam proses pengumpulan data dan analisis, serta integrasi media audiovisual, menjadi bagian penting dalam metode etnografi sensoris untuk menangkap pengalaman secara lebih mendalam dan kontekstual. Dengan demikian, *sensory studies* tidak hanya mempelajari persepsi indera secara individual, tetapi juga bagaimana indera berfungsi dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas.

Pendekatan ini relevan ketika diterapkan pada Antologi Space karena menunjukkan bahwa pengalaman keheningan yang kerap terabaikan dalam kajian ruang bahwa pengalaman keheningan yang kerap terabaikan dalam kajian ruang komersial justru memiliki peran penting dalam membentuk interaksi sosial dan persepsi terhadap ruang. Ketiadaan musik menghasilkan kondisi sensoris yang berbeda, membuat pengunjung lebih peka terhadap suara-suara kecil seperti percakapan, langkah kaki, hingga bunyi mesin kopi yang biasanya tersamarkan. Keheningan tersebut bukan hanya sekedar ketiadaan suara, melainkan menjadi elemen yang menciptakan suasana khas dan berperan dalam membentuk pengalaman ruang, baik secara individu maupun bersama-sama.

Dengan menggabungkan geomedia dan *sensory studies*, Antologi Space dapat dipahami sebagai ruang yang diproduksi secara berbeda dari kafe-kafe

konvensional. Di satu sisi, ia menolak praktik mediasi ruang melalui musik atau elemen hiburan visual, dan disisi lain ia menghadirkan bentuk pengalaman sensoris yang lebih personal, bersifat reflektif, dan terbuka terhadap interpretasi individu. Pendekatan ini tidak hanya mempengaruhi cara konsumen merasakan ruang, tetapi juga menggugah kembali hubungan antara tubuh, indera, dan tempat dalam praktik keseharian.

Studi mengenai kafe telah banyak dilakukan dengan berbagai pendekatan, namun sebagian besar masih didominasi oleh pendekatan ekonomi, bisnis, pertanian dan manajemen. Penelitian oleh (Pranajaya & Warganegara, 2024); (Nurhasanah, 2023); (Sakdiyah & Rohman, 2022); (Mootalu, Umar, & Niode, 2023); (Setiawan, Mandey, & Jorie, 2022); (Lestari, Karsiningsih, & Bahtera, 2023); (Nugroho & Japarianto, 2013) menunjukkan bagaimana suasana, lokasi, inovasi, ragam menu, strategi syariah *marketing mix*, produk, pelayanan, operasional, gaya hidup serta strategi diferensiasi dan fokus berperan penting dalam meningkatkan minat beli, loyalitas, dan keunggulan bersaing dalam industri kafe. Selain itu, menyoroti bahwa dari enam elemen bauran pemasaran, hanya empat (produk, harga, promosi, dan lokasi) yang berpengaruh signifikan terhadap kunjungan konsumen. Pendekatan-pendekatan ini lebih menyoroti bagaimana strategi pemasaran dan operasional berdampak pada perilaku konsumen dan keberlangsungan bisnis. Disisi lain, ada juga studi dari ranah ilmu hukum sosial dan politik oleh (Roziq, Suyatno, & Rahmawati, 2024) yang meneliti pengaruh *live music* dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta, dan menemukan bahwa atmosfer kafe memiliki pengaruh lebih besar dibanding *live music* dalam menciptakan kepuasan pelanggan, khususnya bagi generasi milenial dan gen Z. Selanjutnya ada studi dari Media, Komunikasi, dan DKV oleh (Hardiyanti & Puspa, 2021); (Meliani, Yuwono, & Mardianto, 2015) yang menunjukkan pola konsumsi kopi masyarakat Gresik dari perspektif budaya dan tempat, serta memperlihatkan bahwa visual branding dirancang secara tepat dan dapat memperkuat citra brand dan membangun identitas yang konsisten, seperti yang diterapkan pada Kafe Madame Wang Secret Garden di Malang.

Selanjutnya, terdapat penelitian yang lebih dekat dengan isu ruang dan pengalaman sensoris, yaitu penelitian *berjudul "Sound in The Coffe Shops: Produksi Makna Ruang Sosial di Kedai Kopi Sleman"*. Penelitian tersebut membahas bagaimana elemen suara di kedai kopi membentuk pengalaman ruang sosial

pengunjung melalui perspektif produksi ruang Henri Lefebvre dan pendekatan sensory ethnography. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang diproduksi melalui atmosfer, praktik sosial, dan pengalaman sensoris pengunjung (Gedheasa, 2024).

Namun, studi komunikasi yang secara khusus membahas fenomena kafe tanpa musik masih sangat minim. Oleh karena itu, Antologi Space menjadi kasus yang menarik untuk diteliti, karena memperlihatkan bagaimana keheningan juga dapat menjadi bagian dari logika konsumsi itu sendiri. Keheningan dalam konteks ini bukan dimaknai sebagai bentuk perlawanan atau diferensiasi ideologis, melainkan sebagai pengalaman yang dikurasi dan ditawarkan kepada konsumen, khususnya kelas menengah, sebagai bentuk kenyamanan yang berbeda dari kebisingan. Dengan demikian, keheningan justru dapat dipahami sebagai bagian dari strategi estetika ruang yang turut dikomodifikasi. Hal ini membuka peluang peneliti untuk melihat keheningan tidak hanya sebagai absennya suara, tetapi sebagai konstruksi spasial dan sensoris yang bekerja dalam mekanisme konsumsi dan pembentukan pengalaman di kafe-kafe urban.

Pilihan untuk tidak memutar musik di Antologi Space menarik untuk dipahami bukan sebagai bentuk penolakan terhadap logika kapitalisme, melainkan sebagai strategi ruang yang berbeda dari kebanyakan kafe konvensional. Keheningan yang dihadirkan bukan otomatis menandakan resistensi, tetapi dapat dibaca sebagai respons terhadap preferensi pasar tertentu. Dalam konteks budaya konsumsi saat ini, suasana tenang dan hening justru menjadi bagian dari nilai jual, dikemas sebagai pengalaman eksklusif, produktif, dan kontemplatif yang ditawarkan kepada konsumen kelas menengah urban yang jenuh dengan kebisingan.

Dengan kata lain, keheningan di Antologi Space merupakan elemen atmosferik yang mampu menciptakan pengalaman sensoris yang berbeda dari kafe pada umumnya, namun tetap berada dalam kerangka produksi ruang yang terhubung dengan logika pasar. Oleh karena itu, Antologi Space bukan hanya ruang konsumsi kopi semata, melainkan juga ruang yang menegosiasikan antara kenyamanan inderawi dan selera pasar. Ketiadaan musik di dalamnya tidak serta merta dapat dimaknai sebagai bentuk politis atau resistif, tetapi justru menunjukkan bagaimana kapitalisme mampu mengadopsi dan mengemas keheningan sebagai strategi spasial yang bernilai komersial dan simbolik.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengalaman ruang di kafe Antologi Space yang tanpa musik berimplikasi pada interaksi sosial dan persepsi pengunjung terhadap suasana ruang ?

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut secara lebih rinci dan komprehensif, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keheningan di kafe Antologi Space berperan dalam menciptakan pengalaman sensoris dan afektif yang berbeda, terutama dalam memproduksi perasaan hening dan interaksi sosial tertentu?
2. Bagaimana keheningan di Antologi Space dikonstruksikan dalam kerangka budaya konsumsi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana pengalaman ruang di Kafe Antologi Space yang tidak menggunakan musik mempengaruhi interaksi sosial serta persepsi pengunjung terhadap suasana ruang.
2. Mengkaji peran keheningan sebagai elemen sensoris dan afektif dalam membentuk pengalaman ruang yang berbeda bagi pengunjung, khususnya dalam memproduksi perasaan hening dan fokus di dalam kafe.
3. Menganalisis bagaimana keheningan di Antologi Space diproduksi, dikonstruksikan, dan dimaknai dalam kerangka budaya konsumsi, serta bagaimana praktik tersebut berkaitan dengan proses produksi ruang dan komodifikasi afeksi dalam logika kapitalisme kontemporer.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- Memperkaya kajian mengenai produksi ruang dengan menempatkan keheningan sebagai elemen sensoris yang berperan dalam pembentukan pengalaman ruang pada konteks kafe sebagai ruang konsumsi.

- Memberikan kontribusi pada studi komunikasi, khususnya dalam kajian pengalaman ruang dengan menunjukkan bagaimana suasana hening dapat membentuk pengalaman emosional dan sosial pengunjung.
- Menawarkan perspektif kritis terhadap fenomena atmosfer kafe, dengan menunjukkan bahwa keheningan tidak selalu berada di luar logika kapitalisme, melainkan dapat menjadi bagian dari strategi diferensiasi ruang dan komodifikasi dalam budaya konsumsi.

2. Manfaat Praktis

- Memberikan wawasan bagi pengelola kafe ruang publik mengenai bagaimana pengelolaan atmosfer ruang, khususnya melalui strategi keheningan, dapat mempengaruhi pengalaman pengunjung, interaksi sosial, serta persepsi terhadap suasana ruang.
- Menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku industri kreatif dan gaya hidup dalam merancang ruang komersial yang menawarkan pengalaman ruang yang berbeda, seperti suasana reflektif, fokus, atau tenang bagi pengunjung.
- Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara atmosfer ruang, pengalaman sensoris, dan praktik konsumsi dalam konteks ruang publik maupun komersial.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Andre Raevaldy Pranajaya dan Tri Lestira Warganegara pada tahun 2024 yang berjudul *"Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi dan Inovasi terhadap Minat Beli di Bengkel Kopi Bandar Lampung"*, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan terhadap 98 responden dari total populasi sebanyak 4.559 orang yang pernah mengikuti workshop kopi di Bandar Lampung. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu suasana cafe, lokasi dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pelanggan di Bengkel Kopi Bandar Lampung. Di antara ketiganya, inovasi memberikan kontribusi besar terhadap minat beli, disusul oleh lokasi dan suasana

cafe. Suasana cafe yang nyaman, lokasi yang strategis, serta adanya inovasi seperti menu baru dan acara tematik menjadi faktor pendorong minat beli yang efektif.

Selain itu, suasana cafe dinilai sangat penting karena mampu mempengaruhi emosi dan keputusan pembelian pelanggan melalui aspek seperti pencahayaan, musik, dan tata ruang. Lokasi strategis juga menjadi daya tarik utama yang mendukung visibilitas dan aksesibilitas konsumen, Sementara itu, inovasi dilihat sebagai faktor krusial untuk menjaga daya tarik cafe di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat. Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi bisnis yang efektif harus mempertimbangkan suasana, lokasi, dan inovasi secara bersamaan untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan serta mendorong peningkatan minat beli. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi pemasaran yang berbasis pada pelaku konsumen dalam industri F&B, khususnya di wilayah Bandar Lampung.

Kedua, penelitian dengan judul *"Analisis dampak Live Music dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta"* yang dilakukan oleh Muhammad Annang Fahmi Roziq, Agus Suyatno, dan Esti Dwi Rahmawati pada tahun 2024 menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 67 responden pelanggan kafe Legi Pait dengan menggunakan teknik simple random sampling dan mengolah data menggunakan SPSS versi 25. Penelitian ini memfokuskan pada dua variabel utama, yaitu live music dan atmosfer kafe, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien regresi untuk live music adalah 0,359, sedangkan untuk atmosfer kafe adalah 0,577 yang artinya atmosfer kafe memberikan kontribusi lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan *live music*.

Live music menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh pengusaha kafe untuk menciptakan suasana yang menyenangkan serta meningkatkan mood pelanggan. Pelanggan merasakan suasana yang lebih hidup dan interaktif ketika musisi tampil secara langsung, bahkan beberapa pengunjung terlibat aktif dengan melakukan permintaan lagu dan ikut bernyanyi bersama. Disisi lain, atmosfer kafe dinilai dari aspek kebersihan, pencahayaan, aroma ruangan, tata letak, hingga dekorasi juga terbukti berpengaruh signifikan. Kafe Legi Pait yang memiliki desain

estetik, bersih, dan nyaman, mampu menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan, terutama dari kalangan milenial dan gen Z yang senang membagikan aktivitas mereka di media sosial. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan live music dan atmosfer kafe yang baik sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi strategi efektif dalam memenangkan persaingan bisnis kedai kopi yang semakin kompetitif, khususnya di kota Surakarta.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah pada tahun 2023 dengan judul *"Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Kafe yang Dikunjungi pada Masyarakat Sampit"*, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode non-random sampling yang dikombinasikan dengan purposive sampling. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang berasal dari masyarakat Kota Sampit dengan rentan usia 16 hingga 55 tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dan instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih kafe. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa dari lima variabel yang diteliti, hanya ragam menu yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel lainnya seperti lokasi, harga, pelayanan, dan suasana kafe tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengunjung untuk memilih kafe.

Penemuan ini cukup menarik karena berbeda dari temuan beberapa penelitian sebelumnya yang mengindikasikan bahwa faktor lokasi dan suasana turut mempengaruhi preferensi konsumen. Dalam konteks masyarakat Sampit, faktor keanekaragaman menu baik dari segi jenis makanan dan minuman, rasa, hingga porsi penyajian menjadi pertimbangan utama dalam menentukan kafe mana yang akan mereka kunjungi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih fokus pada isi dari produk yang ditawarkan, bukan sekedar tempat atau pengalaman atmosferik yang diberikan. Dengan hasil tersebut, penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi para pengusaha kafe di Sampit, yaitu pentingnya inovasi dan varian menu sebagai strategi utama dalam menarik pelanggan.

Keempat, penelitian dengan *judul "Strategi Bisnis Cafe dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi Pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura)"* yang dilakukan oleh Halimatus Sakdiyah dan Abdur Rohman pada tahun 2022 menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh pemilik *cafe* di sekitar kampus Universitas Trunojoyo Madura dalam meningkatkan minat pengunjung, serta bagaimana strategi tersebut ditinjau dari perspektif syariah marketing mix. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha dan konsumen *cafe,* serta dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini mengadopsi konsep bauran pemasaran syariah (9P), yang mencakup : produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, bukti fisik, janji, dan kesabaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan para pemilik *cafe* sebagian besar telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Produk yang ditawarkan halal dan sesuai syariat, harga disesuaikan dengan daya beli konsumen terutama mahasiswa, dan promosi dilakukan melalui media sosial tanpa menjatuhkan pesaing. Pelayanan diberikan secara ramah dan cepat, serta fasilitas penunjang wifi dan desain interior juga diperhatikan demi kenyamanan pengunjung.

Contoh implementasi strategi yang efektif ditemukan pada *Cafe* Abell yang mengusung konsep alam dan menargetkan mahasiswa sebagai segmen utama. Inovasi pada menu dan suasana turut menjadi daya tarik sendiri, sehingga konsumen merasa nyaman dan puas. Sementara itu, *Cafe* Oriz unggul dalam penyediaan fasilitas seperti tiga lantai bangunan dan menu unggulan *milkshake*, serta menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dalam manajemen internal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan syariah marketing mix yang konsisten tidak hanya dapat meningkatkan minat kunjungan pelanggan, tetapi juga mendorong persaingan sehat antar pelaku bisnis. Strategi ini menjadi bukti bahwa pendekatan bisnis yang berbasis nilai-nilai Islam dapat memberikan keunggulan kompetitif sekaligus menjaga integritas usaha di tengah pesatnya perkembangan industri kuliner di kawasan kampus.

Kelima, penelitian berjudul *"Analisis Lingkungan Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Cafe Kopilabs"* yang dilakukan oleh Nurain Mootalu, Zainal Abidin Umar, dan Idris Yanto Niode pada tahun 2023 menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh *Cafe* Kopilabs di Kota Gorontalo melalui analisis lingkungan internal dan eksternal serta lima kekuatan persaingan porter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cafe* Kopilabs menerapkan tiga strategi bersaing yaitu cost leadership, diferensiasi, dan

fokus, dengan strategi fokus sebagai yang paling dominan. Konsep yang diusung Kopilabs adalah "ngopi asik tanpa musik" yang menyasar segmen konsumen produktif, seperti pekerja dan mahasiswa yang membutuhkan suasana tenang untuk bekerja atau berdiskusi. Dari sisi lingkungan internal, Kopilabs mengelola SDM melalui pelatihan awal dan rekrutmen berbasis kerja sama dengan lembaga vokasi. Dalam aspek keuangan, seluruh modal berasal dari dana pribadi, sedangkan strategi operasional dan produksi difokuskan pada peningkatan variasi menu, termasuk makanan sehat dan layanan katering.

Dari sisi pemasaran, Kopilabs menggunakan strategi harga terjangkau, promosi digital (Instagram, Grab, dan Maxim), serta lokasi yang strategis meskipun memiliki kendala parkir. Lingkungan eksternal juga dianalisis melalui faktor ekonomi, teknologi, politik, dan sosial. Pengaruh ekonomi seperti kenaikan bahan baku ditanggapi dengan tidak menaikkan harga, sedangkan pemanfaatan teknologi digunakan untuk promosi dan pelayanan. Faktor sosial sangat mendukung strategi Kopilabs yang menawarkan tempat tenang bagi segmen produktif. Melalui analisis lima kekuatan Porter, Kopilabs dinilai mampu menghadapi persaingan, ancaman pendatang baru, kekuatan pembeli, pemasok, serta produk substitusi. Salah satu keunggulan utama adalah *signature coffe taste* dan pelayanan konsisten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing Kopilabs sebagian besar berasal dari lingkungan internal, terutama dalam membangun citra usaha dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Tri Lestari, Eni Karsiningsih, dan Novyandra Ilham Bahtera pada tahun 2023 berjudul *"Pengaruh Cafe Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kedai Kopi di Kota Pangkalpinang"* menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dari kalangan generasi Z dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana kafe (*cafe atmosphere*) dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *cafe atmosphere* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini berbeda dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa suasana kafe menjadi penentu utama keputusan pengunjung. Penelitian ini menyoroti bahwa kalangan generasi Z di Pangkalpinang

lebih mempertimbangkan nilai-nilai gaya hidup seperti relevansi produk dengan minat pribadi dan kualitas produk daripada elemen visual dan atmosferik kafe. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan *insight* bahwa pendekatan gaya hidup merupakan kunci menarik pasar muda, sementara atmosfer kafe hanya menjadi pelengkap bukan faktor penentu utama keputusan membeli.

Ketujuh, penelitian oleh Dody Setiawan, Silvya L. Mandey, dan Rotinsulu Jopie Jorie pada tahun 2022 berjudul *"Strategi Pemasaran pada Cafe Van Ommen Coffe Shop Manado: Analisis SWOT"* menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari *Van Ommen Coffe Shop* melalui matriks IFAS, EFAS, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Van Ommen berada di kuadran 1 dalam analisis SWOT, yaitu pada tahap pertumbuhan agresif. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas produk, menjaga konsistensi rasa, memperkuat loyalitas pelanggan, dan peningkatan kualitas layanan. Faktor kekuatan utama adalah kualitas produk dan lokasi strategis, sementara kelemahannya adalah inkonsistensi rasa. Penelitian ini menekankan bahwa keberhasilan kafe dalam bersaing di pasar tidak hanya bergantung pada estetika ruang, tetapi pada strategi menyeluruh yang mencakup elemen manajerial, operasional, pemasaran yang responsif terhadap tantangan eksternal dan dinamika konsumen.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Nila Yani Hardiyanti dan Ratih Puspa (2021) berjudul *"Coffe Culture di Indonesia: Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik"* mengadopsi pendekatan kualitatif eksploratif. Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk menelusuri pola konsumsi masyarakat urban Gresik dalam konteks budaya ngopi. Peneliti menggunakan konsep "*third place*", gaya hidup, dan budaya konsumen untuk menganalisis interaksi sosial yang terjadi di kafe, kedai kopi, dan warung kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi dan preferensi pengunjung tempat ngopi di Gresik berbeda-beda tergantung jenis tempat dan latar belakang sosial. Konsumen kafe umumnya berasal dari kelas menengah keatas yang mengutamakan kenyamanan dan kualitas produk, sedangkan kedai kopi seperti Kene Kopi lebih diminati anak muda karena harga terjangkau dan fasilitas pendukung seperti wifi dan musik. Sementara itu, warung kopi seperti Cak Ri tetap diminati oleh pengunjung beragam, khususnya laki-laki, karena suasana sederhana namun nyaman dan harga

yang murah. Secara keseluruhan, kenyamanan menjadi kebutuhan utama, tetapi standar kenyamanan itu ditentukan oleh gaya hidup, tujuan kunjungan, dan kondisi sosial ekonomi masing-masing konsumen.

Kesembilan, penelitian dilakukan oleh Ryan Nugroho dan Edwin Japarianto (2013) yang berjudul *"Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place terhadap Tingkat kunjungan di Kafe Coffe Cozies Surabaya"* bertujuan untuk menganalisis pengaruh enam variabel dalam bauran pemasaran (*product, promotion, price, place, people, dan physical evidence*) terhadap tingkat kunjungan konsumen di *Coffe* Cozies Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan metode survei yang disebarkan kepada 100 responden, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. *Coffe* Cozies dipilih sebagai objek karena merupakan salah satu kafe yang cukup berkembang di Surabaya dan memiliki konsep lokal dengan bahan baku asli Indonesia serta lokasi strategis dekat Universitas Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan. Namun, secara parsial hanya empat variabel yang berpengaruh signifikan, yaitu *product, promotion, price,* dan *place*. Sedangkan variabel *people* dan *physical evidence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kunjungan. Dari keenam variabel tersebut, *product* menjadi faktor paling dominan dengan nilai beta tertinggi, yang menunjukkan bahwa keragaman produk, kualitas rasa, serta tampilan minuman sangat menentukan frekuensi kunjungan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks persaingan kafe di Surabaya, strategi produk dan harga yang kompetitif, disertai promosi yang menarik dan lokasi yang mudah dijangkau, menjadi keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Kesepuluh, penelitian dilakukan oleh Monica Meliani, Elisabeth Christine Yuwono, dan Bambang Mardiono (2015) yang berjudul *"Perancangan Visual Branding Kafe Madame Wang Secret Garden di Malang"* bertujuan untuk merancang ulang visual branding Madame Wang Secret Garden Kafe di Malang agar lebih representatif terhadap *brand image* yang diinginkan. Kafe mengusung konsep *healthy garden cafe* yang dipadukan dengan nuansa batik, *vintage*, dan suasana *homey*, namun visual branding yang digunakan sebelumnya dinilai tidak konsisten, terlalu kompleks, dan kurang aplikatif pada berbagai media. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui

wawancara dengan pemilik kafe, observasi langsung, serta studi literatur. Dalam perancangannya, peneliti mengembangkan *Unique Selling Proposition* (USP) dan menambahkan *Emotional Selling Proposition* (ESP) yang menekankan kedekatan emosional pengunjung dengan suasana kafe yang nyaman dan hangat. Perubahan visual mencakup pembuatan logo dengan dominasi warna maroon, pemilihan *typeface sans serif* yang ramah dan modern, serta penggunaan elemen grafis bertema natural. Identitas visual baru ini kemudian diterapkan secara menyeluruh pada berbagai media, mulai dari kemasan, seragam, *signage*, hingga buku menu dan *Graphic Standard Manual* (GSM) untuk memastikan konsistensi visual. Hasilnya, *visual branding* yang dirancang ulang ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing kafe, memperkuat diferensiasi dengan kompetitor, serta membangun citra *brand* yang kuat dan melekat di benak konsumen.

Namun demikian, seluruh penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada aspek-aspek seperti musik, suasana, dan *visual branding*, tanpa menyoroti secara khusus bagaimana keheningan membentuk pengalaman ruang di kafe. Antologi Space, yang menghadirkan suasana tenang tanpa musik, menawarkan pengalaman yang berbeda dari kafe-kafe lain yang ramai dan penuh distraksi. Keheningan dalam kasus ini bukan sekedar absennya suara, melainkan sebuah suasana yang sengaja dikurasi dan dihadirkan sebagai bagian dari pengalaman ruang yang khas. Keheningan tidak dimaknai sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya populer, tetapi sebagai bagian dari cara lain dalam mendesain atmosfer kafe yang tetap beroperasi dalam konsumsi kelas menengah. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat bagaimana keheningan di ruang kafe diproduksi dan dimaknai secara komunikasi dalam ruang yang estetik dan terhubung dengan gaya hidup urban.

F. Kerangka Konseptual

1. Production of Space Henri Lefebvre

Ruang sosial (*social space*) yang dikembangkan oleh Henri Lefebvre menjadi dasar utama dalam penelitian ini. Dalam bukunya *The Production of Space* (2007 [1991]), Lefebvre mengajukan kritik terhadap cara pandang tradisional yang memandang ruang sebagai wadah netral dan pasif tempat berlangsungnya aktivitas manusia. Lefebvre menjelaskan bahwa proyek intelektualnya berangkat dari kritik terhadap kecenderungan ilmu pengetahuan dan perencanaan modern yang memperlakukan ruang sebagai

entitas netral, absolut, dan objektif. Bagi Lefebvre, ruang tidak bisa dipahami hanya melalui pendekatan teknis atau visual semata (seperti arsitektur atau kartografi), melainkan harus ditelaah sebagai hasil dari praktik sosial dan relasi kekuasaan yang kompleks. Ia menyatakan bahwa ruang adalah produksi sosial, dan produksi ruang selalu terkait dengan mode produksi dominan, terutama dalam kapitalisme. Dalam kapitalisme modern, ruang menjadi semakin abstrak: dirancang untuk efisiensi, diatur melalui kode, dan dibentuk agar bisa dikonsumsi oleh subjek urban.

Konsep ruang sosial sebagai hasil produksi sosial menurut Henri Lefebvre menekankan bahwa ruang bukanlah entitas yang netral, pasif, atau sekedar wadah fisik, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks dan terus menerus. Lefebvre menyatakan bahwa ruang sosial "bukanlah suatu benda di antara produk-produk lain", melainkan suatu bentuk yang menyerap benda-benda yang diproduksi dan merangkum hubungan-hubungan antar elemen yang hidup berdampingan dan berlangsung secara simultan (Lefebvre, 2007 [1991], 73). Dengan kata lain, ruang terbentuk dari tindakan kolektif manusia, praktik sehari-hari, serta relasi simbolik yang menyatu dalam waktu dan tempat tertentu. Ruang sosial mengandung keteraturan dan ketidakteraturan relatif, mencerminkan struktur sosial yang terus berubah dan memperlihatkan bagaimana kekuasaan, dan budaya beroperasi dalam keseharian melalui medium ruang.

Lebih jauh, Lefebvre melihat bahwa ruang sosial tidak pernah lepas dari dualitas dasarnya: aktual dan potensial, material dan simbolik, fisik dan mental. Ruang selalu memuat aspek yang diberikan (aktual) sekaligus memungkinkan (potensial) untuk mengarahkan energi dan tindakan sosial. Dualitas ini memungkinkan ruang menjadi medan aksi yang menggabungkan praktik sosial, representasi ideologis, dan logika ekonomi. Dalam kapitalisme, ruang cenderung direduksi menjadi produk yang dapat dikonsumsi. Ruang sosial dikomodifikasi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menciptakan pengalaman tertentu yang menguntungkan struktur dominan. Hal ini terlihat dalam bagaimana kapitalisme menciptakan ruang-ruang kerja, ruang publik, maupun ruang hiburan yang diatur melalui mekanisme kontrol, estetika, dan aturan yang halus tetapi efektif.

Selain itu, Lefebvre menggarisbawahi bahwa ruang sosial tidak lahir dari kekosongan, tetapi diisi oleh pengalaman hidup subjek sosial dan dimodifikasi oleh determinan praktis seperti (kerja dan konsumsi) maupun bio-sosial (usia, gender, gaya hidup). Setiap ruang mengandung dimensi waktu (temporal) dan aktivitas, sehingga membentuk pola yang memungkinkan tindakan tertentu dan melarang yang lain. Dengan demikian, ruang selalu bersifat relasional, berjejaring, dan menyatukan fungsi ekonomi, sosial, dan simbolis. Dalam kerangka ini, keheningan di kafe bukan sekedar suasana alami, melainkan representasi yang diproduksi melalui desain ruang, aturan sosial, dan narasi branding yang membingkai keheningan sebagai nilai jual dan gaya hidup.

The Conceptual Triad of Space

Dalam memahami bagaimana ruang sosial diproduksi dan dimaknai, (Lefebvre, 2007 [1991]) melalui bukunya *The Production of Space* mengemukakan bahwa ruang tidak pernah bersifat netral atau alamiah. Ruang dibentuk melalui proses sosial yang melibatkan praktik sehari-hari, sistem pengetahuan, serta pengalaman subjektif manusia. Untuk menjelaskan proses tersebut, Lefebvre membagi produksi ruang ke dalam tiga dimensi yang saling berkaitan, yang dikenal sebagai *The Conceptual Triad of Space*, yaitu:

a. Spatial Practice (Praktik Spasial)

Spatial Practice merujuk pada dimensi ruang yang berkaitan dengan produksi dan reproduksi ruang melalui aktivitas sosial sehari-hari, serta pola penggunaan ruang yang khas dalam suatu formasi sosial. Lefebvre (2007 [1991]) menekankan bahwa praktik spasial berfungsi menjaga kesinambungan dan kohesi ruang, sekaligus membentuk performa individu dalam berhubungan dengan ruang sosial yang ditempatinya. Dimensi ini sering disebut sebagai *perceived space*, yaitu ruang yang dialami secara langsung melalui pengalaman sensoris. Dalam praktiknya, *spatial practice* mencakup cara individu menempatkan diri, berinteraksi, dan memanfaatkan ruang fisik dalam aktivitas sehari-hari, serta bagaimana penggunaan ruang tersebut membentuk ritme sosial dan interaksi yang khas.

b. Representations of Space (Representasi Ruang)

Representations of space adalah dimensi ruang yang dikonsepsikan, dirancang, dan diberi makna melalui sistem pengetahuan, tanda, serta kode-kode tertentu. Lefebvre (2007 [1991]) menekankan bahwa representasi ruang berkaitan dengan relasi produksi dan tatanan sosial yang dihasilkan oleh relasi tersebut. Dengan kata lain, ruang dipahami sebagai hasil perencanaan dan konseptualisasi oleh pihak yang memiliki otoritas atau peran dalam produksi ruang. Dimensi ini juga dikenal sebagai *conceived space*, yaitu ruang yang dipikirkan dan direncanakan secara konseptual. Representasi ruang meliputi bagaimana ruang diorganisasikan, diatur, dan dikodekan melalui desain, aturan, simbol, atau struktur formal yang memandu pemaknaan dan penggunaan ruang oleh individu atau kelompok.

c. Representational Space (Ruang Representasional)

Representational spaces merujuk pada ruang sebagaimana dialami, dihayati, dan dimaknai secara subjektif oleh individu. Lefebvre (2007 [1991]) menjelaskan bahwa ruang representasional ditandai dengan simbolisme yang kompleks, baik yang disadari maupun tidak, dan berkaitan dengan pengalaman afektif, imajinasi, serta ekspresi kehidupan sosial sehari-hari. Dimensi ini sering disebut sebagai *lived space*, yaitu ruang yang dihayati melalui pengalaman konkret, persepsi, dan perasaan individu. *Representational spaces* menekankan aspek subjektif dari ruang, bagaimana individu membentuk makna, menginterpretasikan pengalaman, dan menghubungkan ruang dengan kehidupan emosional, simbolik, dan kultural mereka.

2. Budaya Konsumsi (Consumer Culture Theory)

Teori budaya konsumen atau Consumer Culture Theory (CCT) dikembangkan oleh Arnould dan Thompson, yang merupakan akademisi di bidang pemasaran (*marketing*) dan perilaku konsumen (*consumer behavior*). CCT hadir sebagai pendekatan interdisipliner yang memandang konsumsi sebagai praktik sosial dan kultural yang mengandung makna yang kompleks. Berbeda dari pendekatan psikologis atau ekonomi yang menekankan rasionalitas individu, CCT berfokus pada hubungan dinamis antara

konsumen, pasar, dan sistem makna budaya yang beroperasi dalam konteks sosial tertentu. Dalam perspektif CCT, budaya konsumen dipahami sebagai tatanan sosial di mana hubungan antara pengalaman hidup, sumber daya simbolik, dan cara hidup dimediasi oleh mekanisme pasar. Konsumsi tidak semata-mata berkaitan dengan penggunaan barang atau jasa, tetapi melibatkan proses produksi, sirkulasi, dan negosiasi makna. Dengan demikian, konsumen dipandang sebagai aktor aktif yang menggunakan sumber daya simbolik dari pasar untuk membangun identitas, relasi sosial, dan orientasi kehidupan.

Dimensi Budaya Konsumsi (Consumer Culture Theory)

Arnould dan Thompson (2005) mengidentifikasi empat dimensi utama dalam CCT yang saling berkaitan, yaitu: *consumer identity projects, marketplace cultures, sociohistoric patterning of consumption, dan mass-mediated marketplace ideologies and consumers' interpretive strategies*. Dari keempat dimensi ini, dua dimensi dianggap paling relevan untuk menganalisis pengalaman ruang dan makna konsumen dalam penelitian ini yaitu :

a. Consumer Identity Projects

Consumer Identity Projects menekankan bagaimana konsumen menggunakan praktik konsumsi untuk membangun identitas diri yang koheren. Konsumen bekerja dengan sumber daya simbolik yang disediakan pasar, seperti produk, merek, dan pengalaman untuk menciptakan narasi identitas yang mencerminkan aspirasi, nilai, dan gaya hidup mereka. Identitas konsumen bersifat dinamis dan dinegosiasikan, dipengaruhi oleh interaksi sosial dan pengalaman yang diperoleh melalui konsumsi (Arnould & Thompson, 2005). Dimensi ini memungkinkan pemahaman tentang bagaimana makna dan nilai pengalaman dikaitkan dengan praktik tertentu.

b. Marketplace Cultures

Marketplace Cultures melihat konsumen sebagai produsen budaya, bukan hanya penerima. Konsumen membentuk norma, praktik sosial, dan solidaritas melalui interaksi dan aktivitas konsumsi yang berbasis minat dan preferensi bersama. Dimensi ini menekankan

aspek sosial dan kultural dari pasar, di mana budaya mikro terbentuk dari perilaku konsumsi kolektif dan interaksi antarindividu. *Marketplace cultures* juga menjelaskan bagaimana praktik konsumsi menjadi medium produksi makna sosial yang bersifat situasional dan kontekstual (Arnould & Thompson, 2005).

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah sistematis yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data guna menjawab rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian. Berikut penjelasan mengenai jenis penelitian, pendekatan metodologis, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial atau kemanusiaan. Dalam konteks ini, penelitian berfokus pada bagaimana keheningan di kafe Antologi Space Yogyakarta dimaknai oleh pengunjung sebagai bagian dari pengalaman ruang, serta bagaimana keheningan tersebut memengaruhi interaksi sosial dan dikonstruksikan dalam logika budaya konsumsi kontemporer. Sejalan dengan pendapat (Creswell, 2010) penelitian kualitatif melibatkan proses yang mencakup pengajuan pertanyaan terbuka, pengumpulan data langsung dari partisipan, analisis data secara induktif dari tema khusus menuju tema umum, serta interpretasi makna dari data yang diperoleh. Laporan penelitian bersifat fleksibel dan terbuka terhadap kompleksitas pengalaman yang diteliti.

Menurut (Sugiyono, 2013), metode kualitatif juga dikenal sebagai metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme, disebut sebagai metode artistik karena bentuknya yang tidak terpola secara ketat, serta bersifat interpretatif karena menekankan pada penafsiran terhadap fenomena sosial. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan untuk menangkap secara mendalam makna, pengalaman, dan dinamika sosial yang muncul dari fenomena keheningan dalam ruang komersial seperti kafe. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana ruang yang

tampak tenang sekalipun tetap bekerja dalam jejaring produksi makna dan nilai dalam kapitalisme urban kontemporer.

2. Metodologi Etnografi Kritis

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi kritis, yaitu suatu pendekatan kualitatif yang memadukan metode etnografi dengan analisis kritis terhadap relasi kuasa, ideologi dominan, dan struktur ketimpangan dalam masyarakat. Berbeda dengan etnografi tradisional yang berfokus pada deskripsi kebudayaan secara emik, etnografi kritis bertujuan tidak hanya untuk memahami praktik sosial, tetapi juga mengungkap dan mengkritik relasi kuasa yang melingkupi kehidupan sehari-hari (Creswell, 2012). Dalam konteks penelitian ini, keheningan di Antologi Space Yogyakarta tidak dipahami secara netral atau estetis semata, melainkan ditelaah sebagai bagian dari strategi kapitalistik dalam membentuk pengalaman ruang dan konsumsi yang di mana atmosfer hening dikomodifikasi untuk menciptakan ketenangan semu bagi kelas menengah urban yang mencari pelarian dari hiruk-pikuk kota.

Dengan pendekatan ini, peneliti tidak hanya mencermati pengalaman sensoris pengunjung kafe secara mendalam, tetapi juga mengkaji bagaimana kekuasaan dan logika pasar bekerja secara halus melalui atmosfer, desain ruang, dan narasi estetik "hening" yang dikurasi. Alih-alih melihat keheningan sebagai sesuatu yang netral atau alami, penelitian ini berupaya mengungkap bahwa suasana tersebut merupakan hasil konstruksi sosial dan ekonomi yang berorientasi pada selera konsumen tertentu dan logika komersial yang tersembunyi. Dengan demikian, etnografi kritis membuka ruang untuk membaca ulang pengalaman ruang secara lebih reflektif dan politis, serta memahami bahwa kenyamanan dan ketenangan pun bisa menjadi bagian dari strategi kapitalisme dalam menciptakan nilai tambah simbolik.

3. Teknik Pengumpulan Data dalam Etnografi Sensoris

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau prosedur yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data memiliki peran penting untuk memaknai makna, pengalaman, dan realitas sosial secara mendalam melalui keterlibatan langsung peneliti dengan

partisipan maupun ruang penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Doing Sensory Ethnography* dari Sarah Pink, yang menekankan bahwa pengalaman manusia terhadap ruang dipahami melalui keterlibatan inderawi, afektif, dan pengalaman tubuh dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif ini, ruang tidak hanya dipahami secara visual, tetapi juga dirasakan melalui suasana, ritme, suara, keheningan, kenyamanan, dan pengalaman sensoris lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua teknik utama, yaitu observasi dan wawancara, untuk memahami bagaimana atmosfer hening di Antologi Space Yogyakarta diproduksi, dialami, dan dimaknai oleh pengunjung secara sensoris dan sosial.

a. Observasi dalam Etnografi Sensoris

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mencatat unsur-unsur yang tampak secara sistematis (Widoyoko, 2014). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti turut hadir di dalam ruang kafe sebagai pengunjung untuk mengalami secara langsung atmosfer ruang yang dibentuk melalui keheningan.

Mengacu pada pendekatan *Doing Sensory Ethnography* dari Sarah Pink, observasi tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga melibatkan sensoris peneliti terhadap suasana ruang, seperti intensitas suara, ritme aktivitas pengunjung, ekspresi tubuh, pola interaksi sosial, jarak antarpengunjung, hingga sensasi ketenangan yang muncul dalam ruang tanpa musik. Melalui observasi ini, peneliti berupaya memahami bagaimana atmosfer hening diproduksi dan bagaimana pengunjung mengalami ruang tersebut secara afektif, sensoris, dan sosial.

b. Wawancara dalam Etnografi Sensoris

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan partisipan untuk menggali informasi secara mendalam terkait pengalaman dan pemaknaan subjektif (Koentjaraningrat, 1977). Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memahami bagaimana pengunjung

memaknai pengalaman berada di ruang yang tenang serta bagaimana keheningan mempengaruhi kenyamanan, fokus, emosi dan interaksi sosial mereka. Dalam perspektif *Doing Sensory Ethnography,* wawancara tidak hanya digunakan untuk memperoleh jawaban verbal, tetapi juga untuk menggali pengalaman sensoris dan afektif partisipan terhadap atmosfer ruang. Peneliti mendorong partisipan untuk menceritakan sensoris mereka ketika berada di Antologi Space, seperti bagaimana mereka merasakan suasana hening, bentuk kenyamanan yang muncul, serta pengalaman tubuh dan emosi yang dirasakan selama berada di ruang tersebut. Dengan demikian, wawancara membantu peneliti memahami pengalaman keheningan sebagai pengalaman yang bersifat personal, sensoris, dan berkaitan dengan praktik konsumsi ruang.

4. Metode Analisis Data dalam Etnografi Sensoris

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model interaktif dari (Hardiani, et al., 2020), yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan secara induktif berdasarkan hasil observasi dan wawancata untuk memahami bagaimana keheningan di Antologi Space membentuk pengalaman ruang, mempengaruhi interaksi sosial, serta dimaknai dalam konteks budaya konsumsi dan produksi ruang dalam logika kapitalisme kontemporer.

Dalam penelitian ini, proses analisis juga mengacu pada pendekatan *Doing Sensory Ethnography* dari Sarah Pink , yang menekankan bahwa pengalaman manusia terhadap ruang dipahami melalui keterlibatan sensoris, afektif, dan pengalaman tubuh dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, analisis tidak hanya berfokus pada data verbal, tetapi juga pada sensoris, atmosfer ruang, ritme aktivitas, keheningan, dan pengalaman emosional yang muncul selama proses penelitian berlangsung.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data melalui pemilihan dan pengorganisasian informasi yang telah diperoleh dari lapangan. Dalam tahap ini, peneliti menyeleksi data yang berkaitan dengan pengalaman sensoris pengunjung, atmosfer hening, pola

interaksi sosial, serta pengalaman afektif yang muncul diruang kafe. Mengacu pada perspektif *Doing Sensory Ethnography*, proses reduksi data tidak hanya mempertimbangkan informasi verbal hasil wawancara, tetapi juga catatan sensoris peneliti selama melakukan observasi partisipatif. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian kemudian disederhanakan agar analisis tetap terarah pada pengalaman keheningan sebagai bagian dari produksi ruang dan praktik konsumsi.

b. Penyajian Data

Setelah melalui proses reduksi, data kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan wawancara, dan uraian tematik yang menggambarkan pengalaman sensoris pengunjung terhadap atmosfer ruang di Antologi Space. Dalam pendekatan *Doing Sensory Ethnography*, penyajian data tidak hanya menampilkan fakta sosial secara deskriptif, tetapi juga berupaya menghadirkan sensoris dan afektif yang dirasakan partisipan, seperti suasana yang tenang, ritme ruang, intensitas suara, serta kenyamanan emosional yang muncul dalam ruang tanpa musik. Penyajian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana keheningan diproduksi sebagai bagian dari pengalaman konsumsi yang memiliki nilai simbolik dan komersial.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan keseluruhan temuan yang telah dianalisis. Kesimpulan dalam penelitian ini diperoleh melalui proses interpretasi terhadap pengalaman sensoris, sosial, dan afektif yang dialami pengunjung dalam ruang kafe. Dalam perspektif *Doing Sensory Ethnography*, kesimpulan tidak hanya menjelaskan perilaku sosial secara umum, tetapi juga memahami bagaimana atmosfer hening dirasakan tubuh, dimaknai secara emosional, dan dikonstruksi sebagai pengalaman ruang yang bernilai konsumtif. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini diarahkan untuk memahami bahwa keheningan di ruang kafe tidak hadir secara alami, melainkan diproduksi dan dikomodifikasi dalam logika kapitalisme budaya dan konsumsi afektif.

BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini memaparkan deskripsi umum mengenai objek penelitian yang menjadi pusat perhatian studi, yaitu Antologi Space Yogyakarta. Pembahasan ini disusun untuk memberikan pemahaman kontekstual terhadap latar berdirinya, konsep ruang yang diimplementasikan, serta karakteristik pengunjung yang turut membentuk atmosfer khas di dalamnya. Melalui uraian ini, diharap pembaca memperoleh gambaran komprehensif mengenai bagaimana Antologi Space tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga berperan sebagai ruang sosial, kultural, dan afektif yang merepresentasikan dinamika konsumsi ruang dalam kehidupan urban masyarakat Yogyakarta. Penjelasan terkait profil, fasilitas, serta konteks sosio-kultural kota ini menjadi dasar penting dalam memahami bagaimana praktik keheningan dan pengalaman ruang di Antologi Space beroperasi dalam kerangka logika kapitalisme serta budaya konsumsi kontemporer.

A. Profil Umum Antologi Space Yogyakarta



Gambar 2. 1 Halaman Depan Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. 2 Depan Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi

Antologi Space Yogyakarta merupakan kafe sekaligus ruang kerja yang

berlokasikan di Tawangsari CT II Gg. Gayamsari II No.9C, Karang Wuni, Caturtunggal, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Berdiri sejak 25 April 2017, Antologi Space hadir sebagai ruang alternatif bagi masyarakat urban Yogyakarta yang membutuhkan tempat kerja sekaligus ruang berkegiatan yang nyaman. Lokasinya strategis karena berada di wilayah dengan intensitas aktivitas akademik dan ekonomi kreatif yang tinggi, dikelilingi oleh beberapa universitas besar seperti Universitas Gadjah Mada dan Universitas Negeri Yogyakarta. Selain itu, kafe ini berada di dalam gang yang jauh dari hiruk pikuk keramaian, minim suara motor, mobil, atau lalu lintas kendaraan lainnya, sehingga tidak ada distraksi suara yang dapat mengganggu fokus dan pengalaman hening pengunjung.

Antologi Space beroperasi setiap hari mulai dari pukul 07.00 pagi hingga 22.00 malam, memberikan keleluasaan bagi pengunjung untuk bekerja, berdiskusi, maupun beristirahat dalam suasana yang mendukung produktivitas dan kenyamanan. Sebagai salah satu kafe sekaligus *coworking space* pertama di Yogyakarta yang secara konsisten menghadirkan suasana tanpa musik, Antologi Space menawarkan pengalaman ruang yang berbeda bagi *startup*, wirausahawan, pekerja kreatif, komunitas serta mahasiswa. Antologi Space dirancang sebagai wadah yang menghubungkan aktivitas profesional dan sosial, sekaligus menyediakan ruang yang tenang, fokus, dan minim distraksi. Melalui perpaduan konsep kafe dan *coworking space* yang bebas dari musik, Antologi Space menjadi pilihan bagi individu maupun kelompok yang membutuhkan atmosfer inspiratif namun tetap hening untuk menunjang produktivitas.

B. Konsep dan Filosofi Ruang

Antologi Space mengusung konsep "*coworking cafe*", yakni perpaduan antara fungsi sosial kafe dan kebutuhan akan ruang kerja yang kondusif. Sejak awal berdiri, Antologi Space membangun identitas khas berupa ruang hening tanpa musik sebagai strategi untuk menghadirkan pengalaman bekerja yang bebas distraksi. Pilihan untuk tidak memutar musik bukanlah bentuk penolakan terhadap elemen audio, melainkan bagian dari desain ruang yang menempatkan fokus dan ketenangan sebagai prioritas. Di tengah tren perdebatan mengenai kebijakan musik di kafe-kafe urban, Antologi Space justru lebih dahulu menetapkan keheningan sebagai karakter ruangnya yakni sebuah pendekatan atmosferik yang menegaskan orientasinya pada konsentrasi, kenyamanan, dan kualitas pengalaman pengunjung.

Filosofi ruang Antologi Space berangkat dari gagasan bahwa produktivitas tidak selalu harus hadir dalam ruang formal, melainkan dapat tumbuh di lingkungan yang rileks, estetik dan mampu mendorong refleksi serta kreativitas individu. Keheningan di Antologi bukan hanya sebagai atmosferik, melainkan sebagai nilai ruang yaitu sebuah kondisi yang memungkinkan ide mengalir, konsentrasi bertahan, dan interaksi sosial hadir secara lebih sadar. Konsep ini mencerminkan nilai-nilai kolaborasi dan keterbukaan yang melekat pada budaya kerja generasi muda urban, khususnya mahasiswa dan pelaku ekonomi kreatif. Melalui atmosfer yang hangat dan minim gangguan suara, Antologi Space tidak hanya berfungsi sebagai tempat bekerja, tetapi juga sebagai medium penciptaan ide, diskusi komunitas dan pembentukan jejaring sosial profesional.

C. Tata Ruang dan Desain Interior

Tata ruang Antologi Space tersusun secara terencana dengan mengutamakan kenyamanan, fungsionalitas, dan kesinambungan visual. Pada area utama lantai satu, tersedia empat belas meja yang masing-masing dilengkapi dua kursi. Selain itu, terdapat tiga hingga empat kursi bar yang ditempatkan tepat di depan area barista, sehingga memungkinkan pengunjung berinteraksi secara langsung dengan barista. Di area yang sama, terdapat dua sofa panjang dan empat sofa standar berukuran kecil. Satu sofa panjang lainnya terletak di bawah tangga, berseberangan dengan sofa-sofa panjang dekat bar. Sofa yang terletak di bawah tangga ini memiliki karakteristik berbeda karena dilengkapi lampu belajar serta meja semen yang menyatu dengan jendela, sehingga memberikan suasana yang lebih privat.



Gambar 2. 3 Area Lantai 1 Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. 4 Area Lesehan Lantai 1 Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. 5 Depan Bar Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. 6 Kondisi Area Lantai 1 Antologi Space
Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi

Pada bagian depan pintu masuk, pengunjung disambut oleh berbagai tanaman

yang memperkuat kesan alami dan menyegarkan ruang. Setelah melewati pintu masuk, terdapat tiga lampu gantung berukuran cukup besar yang dibuat dari kertas bekas, menjadikannya elemen dekoratif yang menonjol sekaligus mencerminkan prinsip keberlanjutan. Antologi Space juga menyediakan area *outdoor* dan semi-*outdoor* yang dapat digunakan untuk bersantai, bekerja atau mengerjakan tugas. Fasilitas pendukung seperti area parkir juga cukup luas serta musholla turut disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung maupun barista.

Secara desain interior, Antologi Space mengadaptasi gaya minimalis industrial dengan penggunaan material kayu, warna-warna yang netral, serta elemen dekorasi yang sederhana namun sesuai dengan fungsinya. Penataan ruang mengedepankan konsep aliran ruang yang natural, di mana setiap titik memiliki fungsi yang jelas namun tetap terhubung secara visual. Hal ini menciptakan pengalaman ruang terbuka dan mendukung kenyamanan pengunjung.

Area indoor utama terdiri atas deretan meja dan kursi di dekat bar serta area sofa yang memberikan suasana lebih santai bagi pengunjung yang ingin bekerja, mengerjakan tugas, atau membaca buku. Di sisi lain, terdapat area lesehan *indoor* yang dilengkapi rak buku dan tanaman hijau, menciptakan suasana yang alami dan rileks bagi pengunjung. Lantai dua difungsikan sebagai ruang kerja bagi anggota (*membership*) dengan tata letak meja dan kursi yang serupa dengan lantai satu. Di area outdoor, pengunjung dapat menemukan meja kayu, pencahayaan alami, dan suasana terbuka yang memungkinkan pengunjung menikmati udara sore maupun malam di Yogyakarta.

Secara keseluruhan, desain interior Antologi Space berupaya menghadirkan keseimbangan antara produktivitas dan ketenangan. Penggunaan pencahayaan hangat, dominasi warna alami, serta komposisi ruang yang tertata mendukung terciptanya suasana hening yang tidak membosankan. Keheningan tersebut tidak hanya sekedar merupakan kondisi akustik, tetapi juga hasil dari desain ruang yang secara sadar diarahkan untuk menstimulasi fokus, kenyamanan afektif, dan pengalaman ruang yang lebih mendalam bagi pengunjung.

D. Posisi Antologi Space dalam Budaya Kafe Yogyakarta

Fenomena menjamurnya kafe di Yogyakarta tidak dapat dilepaskan dari perubahan gaya hidup masyarakat urban, terutama kalangan pekerja dan mahasiswa. Kafe tidak lagi hanya dipahami semata sebagai tempat minum kopi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial, ruang kerja, sekaligus simbol gaya hidup

produktif. Dalam konteks perubahan tersebut, Antologi Space menempati posisi yang khas dalam lanskap budaya kafe Yogyakarta karena menawarkan diferensiasi atmosferik yang kuat, terutama melalui penekanan pada keheningan dan kenyamanan kerja.

Antologi Space dapat dipahami sebagai representasi pergeseran budaya kafe dari "ruang nongkrong" menuju "ruang produktif". Tidak seperti kafe lainnya yang mengandalkan musik dan keramaian sebagai daya tarik atmosferik, Antologi Space secara sadar membangun identitas ruang melalui tata suara (*soundscape*) yang tidak ada musik dan lebih menonjolkan bunyi-bunyi alami aktivitas. Komposisi bunyi seperti suara mesin kopi, ketukan *keyboard*, gesekan kursi, dan percakapan singkat menjadi bagian dari pengalaman sensoris yang mengonstruksi kesan tenang namun hidup. Pendekatan *soundscape* ini menjadikan keheningan bukan sebagai ketiadaan suara, melainkan sebagai kualitas ruang yang berproduksi secara sosial dan material. Dalan konteks ini, Antologi Space merepresentasikan ruang multimodal, yaitu ruang yang memproduksi makna, pengalaman melalui kombinasi berbagai mode sensoris suara, visual, tata ruang, pencahayaan, dan interaksi sosial yang bekerja secara bersamaan.

Dalam kerangka budaya kafe Yogyakarta, strategi *soundscape* ini memposisikan Antologi Space sebagai kafe yang menawarkan "hening sebagai layanan" (*silence as service*). Keheningan tersebut menjadi komoditas yang bernilai karena berkaitan langsung dengan kebutuhan konsentrasi, produktivitas, dan kenyamanan afektif para pengunjung. Dengan demikian, keheningan tidak hanya menjadi karakter atmosferik, tetapi juga bagian dari logika komodifikasi ruang dalam kapitalisme perkotaan.

Melalui praktik desain ruang, tata cahaya, dan tata suara yang terkurasi, Antologi Space berkontribusi pada produksi bentuk ruang sosial baru di Yogyakarta yakni ruang yang memadukan fungsi kerja, kontemplasi, dan pengalaman sensoris yang tenang. Posisi ini menjadikan Antologi Space berbeda dari kafe-kafe lain yang lebih berorientasi pada hiburan atau interaksi sosial yang riuh. Sebaliknya, Antologi Space hadir sebagai ruang yang memediasi kebutuhan produktivitas, keheningan, dan rasa aman, sehingga memperkuat statusnya sebagai bagian dari dinamika budaya ruang kota yang terus berkembang.

BAB III
TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan dua bagian utama yang menjadi inti dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bagian pertama memaparkan berbagai temuan yang diperoleh peneliti selama proses pengumpulan data di lapangan, yang disusun berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti. Data tersebut dikumpulkan melalui penggunaan instrumen penelitian dengan dua metode utama, yaitu observasi langsung di lokasi penelitian serta wawancara mendalam dengan para informan yang terlibat dalam penelitian. Selanjutnya, pada bagian kedua akan dipaparkan pembahasan dari temuan-temuan tersebut. Pada bagian ini, data hasil penelitian tidak hanya disajikan secara deskriptif, tetapi juga dianalisis dengan mengaitkannya dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, pembahasan juga menempatkan hasil penelitian ini dalam konteks kajian sebelumnya dengan menghubungkannya dengan penelitian terdahulu yang relevan. Melalui cara tersebut, temuan penelitian dapat dibandingkan, diperkuat, maupun dikritisi dalam kaitannya dengan hasil penelitian yang telah ada.

A. Hasil Temuan

1. Keheningan sebagai Pengalaman Sensoris dan Afektif dalam Produksi Ruang

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keheningan di Antologi Space tidak hanya hadir sebagai kondisi tanpa musik, tetapi menjadi pengalaman ruang yang dirasakan melalui berbagai elemen sensoris seperti suara, pencahayaan, tata letak ruang, aroma, dan perilaku pengunjung. Dalam perspektif produksi ruang Henri Lefebvre (2007 [1991]), pengalaman tersebut dapat dipahami melalui tiga dimensi ruang, yaitu *spatial practice*, r*epresentations of space*, dan *representational spaces*. Adapun hasil temuan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Spatial Practice* (Praktik Spasial)

Dimensi *spatial practice* dalam teori produksi ruang yang dikemukakan oleh Henri Lefebvre merujuk pada praktik sosial sehari-hari yang membentuk dan memproduksi suatu ruang. *Spatial practice* berkaitan dengan bagaimana ruang digunakan, dijalankan, serta diproduksi melalui rutinitas aktivitas para penggunanya. Dalam konteks ini, ruang tidak hanya dipahami sebagai tempat fisik, tetapi

juga sebagai hasil dari interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Antologi Space dimanfaatkan oleh pengunjung sebagai ruang yang mendukung aktivitas produktif seperti belajar, membaca, bekerja, serta mengerjakan tugas. Aktivitas tersebut menjadi bagian dari rutinitas pengunjung dalam memanfaatkan ruang kafe sehingga secara tidak langsung membentuk karakter ruang yang tenang dan kondusif untuk berkonsentrasi.

Salah satu bentuk *spatial practice* yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kebiasaan pengunjung yang menghabiskan waktu dalam durasi yang cukup lama untuk melakukan aktivitas produktif. Informan fikri menyatakan bahwa ia sering memanfaatkan Antologi Space untuk mengerjakan tugas dengan durasi waktu yang relatif lama.

"Mungkin karena tujuan kesininya untuk nugas biasanya menghabiskan waktu sekitar 2-4 jam mungkin." (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ruang Antologi tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk menikmati makanan atau minuman, tetapi juga sebagai ruang yang mendukung aktivitas akademik dan produktivitas pengunjung. Rutinitas ini memperlihatkan bagaimana praktik penggunaan ruang secara berulang menciptakan fungsi sosial tertentu bagi ruang tersebut.

Selain itu, praktik penggunaan ruang dalam durasi yang lebih lama juga terlihat dari pengalaman informan Hara. Ia menjelaskan bahwa Antologi Space sering dijadikan tempat untuk fokus menyelesaikan pekerjaan atau tugas yang membutuhkan konsentrasi tinggi.

"Iya bener banget, kalau waktu wah itu jujur aku tuh kalau ke Antologi minimal aku tuh kesini 5-6 jam itu sudah minimal, jadi itu mungkin bisa sampai 7-8. Karena emang tujuan aku di Antologi adalah untuk lock in ngerjain sesuatu sampai selesai atau banyak gitu. Bisa dibilang fokus kerja tujuannya, yang penting harus selesai karena aku udah bayar nih." (Wawancara Pengunjung, Hara).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung memanfaatkan ruang Antologi sebagai tempat untuk bekerja secara intens dalam jangka waktu yang panjang. Dalam hal ini, ruang kafe tidak hanya dipandang sebagai tempat bersantai, tetapi juga sebagai ruang kerja alternatif yang memungkinkan pengunjung untuk menyelesaikan pekerjaan dengan lebih fokus.

Selain durasi penggunaan ruang, *spatial practice* juga terlihat dari pola waktu kunjungan yang menyesuaikan dengan kondisi ruang. Beberapa informan memilih waktu tertentu ketika suasana kafe lebih tenang sehingga aktivitas belajar atau bekerja dapat dilakukan dengan lebih optimal. Informan Yudha, misalnya, menyatakan bahwa ia lebih sering datang pada pagi hari karena kondisi ruang yang lebih sepi dan nyaman untuk mengerjakan tugas.

"Kalau waktu paling lebih sering pagi karena pagi lebih sepi dan enak juga untuk mengerjakan tugas." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Hal ini menunjukkan bahwa praktik penggunaan ruang tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas pengunjung, tetapi juga oleh ritme waktu yang membentuk suasana ruangan. Dengan memilih waktu kunjungan tertentu, pengunjung secara tidak langsung berpartisipasi dalam membentuk dinamika penggunaan ruang di Antologi Space.

Temuan ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan pihak barista yang sehari-hari mengamati perilaku pengunjung di ruang tersebut. Matthew sebagai barista Antologi Space menjelaskan bahwa beberapa pengunjung yang sudah menjadi pelanggan tetap biasanya mengetahui waktu-waktu tertentu ketika kafe belum ramai sehingga mereka dapat memanfaatkan ruang tersebut untuk berlama-lama.

"Beberapa orang kesebut maksudnya aku bisa nyebutin beberapa orang yang udah langganan di sini emang tau jam-jamnya sebelum orang rame, terus yaudah dia bisa berlama-lama." (Wawancara Barista, Matthew).



Gambar 3. 1 Suasana Antologi Space pada jam-jam tidak ramai pengunjung
Sumber: Hasil Dokumentasi Probadi

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung tidak hanya menggunakan ruang secara spontan, tetapi juga memiliki pengetahuan mengenai ritme penggunaan ruang. Pengunjung yang telah familiar dengan kondisi kafe cenderung menyesuaikan waktu kedatangannya agar dapat memanfaatkan suasana yang lebih tenang untuk melakukan aktivitas seperti belajar atau bekerja.

Dalam perspektif Lefebvre, pola aktivitas tersebut merupakan bagian dari *spatial practice*, yaitu bagaimana praktik sosial sehari-hari termasuk kebiasaan memilih waktu tertentu untuk menggunakan ruang membentuk dan memproduksi fungsi sosial suatu ruang. Dengan demikian, ritme waktu kunjungan pengunjung turut berperan dalam membentuk karakter Antologi Space sebagai ruang yang mendukung aktivitas produksi dan konsentrasi.

Selain itu, praktik spasial juga tercermin dari perilaku sosial pengunjung yang menyesuaikan diri dengan karakter ruang yang cenderung tenang. Dalam ruang yang digunakan oleh banyak orang untuk belajar atau bekerja, pengunjung cenderung menjaga sikap dan berbicara dengan volume suara yang lebih pelan agar tidak mengganggu pengunjung lain. Hal ini disampaikan oleh informan Yudha yang menyatakan bahwa pengunjung perlu menjaga ketenangan ketika berada di dalam ruang tersebut.

"Iya pastinya harus berbicara pelan-pelan karena harus menjaga ketenangan pengunjung lainnya." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa terdapat norma tidak tertulis yang berkembang di dalam ruang Antologi Space, di mana para pengunjung secara sadar menyesuaikan perilaku mereka dengan suasana ruang yang relatif hening. Norma tersebut terbentuk melalui praktik sosial para pengunjung yang saling menyesuaikan diri dengan kebutuhan ruang yang kondusif untuk aktivitas belajar maupun bekerja.

Temuan serupa juga disampaikan oleh informan Dhiya yang menjelaskan bahwa suasana kafe yang tidak memutar musik membuat dirinya lebih sadar terhadap perilaku yang dilakukan ketika berada di dalam ruang tersebut. Ia merasa terdorong untuk lebih fokus pada aktivitas yang dilakukan sekaligus menjaga agar tidak mengganggu pengunjung lain.

"Tentu mempengaruhi bagaimana saya bersikap. Yang pertama kan ga ada musik, jadi saya sebisa mungkin lebih produktif pada apa yang akan saya lakukan ketika berada di Antologi. Jadi waktu saya berada di Antologi tu saya lebih sadar diri untuk tidak berisik dan menyesuaikan bahwa disini tuh ga ada musik, ga berisik, orang-orangnya juga fokus masing-masing. Jadi saya itu meminimalisir untuk tidak mengganggu ketenangan orang lain. Secara tidak langsung mengubah saya lebih tenang, sadar diri sendiri dan produktif." (Wawancara Pengunjung, Dhiya).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa suasana ruang yang hening tidak hanya mempengaruhi aktivitas yang dilakukan pengunjung, tetapi juga membentuk kesadaran individu dalam menyesuaikan perilaku sosialnya di dalam ruang tersebut. Dengan tidak adanya distraksi musik, pengunjung menjadi lebih fokus pada aktivitas pribadi sekaligus lebih memperhatikan kenyamanan orang lain di sekitarnya.

Dalam pandangan Lefebvre, fenomena tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari *spatial practice*, yaitu praktik keseharian individu yang secara bertahap membentuk dan memproduksi karakter sosial suatu ruang. Praktik tersebut terlihat melalui perilaku pengunjung seperti menjaga volume suara, mengurangi potensi gangguan, serta menyesuaikan sikap dengan suasana ruang yang ada. Dengan demikian, keheningan di Antologi

Space tidak hanya tercipta dari kondisi fisik ruang semata, tetapi juga terbentuk melalui praktik sosial para pengunjung yang secara bersama-sama menjaga suasana ruang agar tetap nyaman dan kondusif.

Temuan mengenai praktik menjaga ketenangan ruang juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan pihak barista yang berperan langsung dalam mengelola suasana ruang sehari-hari. Barista Tantra menjelaskan bahwa dalam beberapa situasi terdapat pengunjung yang datang secara berkelompok sehingga menimbulkan suara yang cukup ramai dan berpotensi mengganggu pengunjung lain. Dalam kondisi tersebut, pihak barista biasanya memberikan teguran secara langsung terutama ketika terdapat pelanggan lain yang menyampaikan keluhan mengenai suasana yang menjadi lebih ramai dari biasanya.

"Pasti pernah sih mbak, pernah ngalamin. Apalagi kalau itu modelnya rombongan, ber-4 atau bahkan sampai ber-10 giu kan pasti ribut. Iya sempat beberapa kali ya kami tegur sih. Karena beberapa kali bahkan customer lain sampai ngeluh. Ini kok biasanya sunyi kok hari ini rame ya kak, gitu." (Wawancara Barista, Tantra).

Hal serupa juga disampaikan oleh barista Matthew yang menjelaskan bahwa keluhan mengenai kebisingan pernah disampaikan oleh pengunjung yang sedang berada di dalam kafe. Ketika kondisi tersebut terjadi, barista biasanya menegur pengunjung yang dianggap terlalu berisik agar suasana ruang kembali kondusif.

"Ada juga beberapa kali komplain, apalagi yang lagi belajar merasa terganggu karena berisik. Kalau seperti itu biasanya langsung aku tegur saat itu juga." (Wawancara Barista, Matthew).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keheningan di Antologi Space tidak hanya terbentuk secara spontan dari perilaku pengunjung, tetapi juga dipertahankan melalui praktik sosial antara pengunjung dan pengelola ruang. Dalam perspektif Lefebvre, praktik semacam ini dapat dipahami bagian dari *spatial practice*, yaitu bagaimana praktik keseharian yang dilakukan oleh berbagai aktor di dalam ruang secara bersama-sama memproduksi dan mempertahankan karakter sosial suatu ruang.

b. Representations of Space (Representasi Ruang)

Dalam kerangka *The Conceptual Triad of Space* yang dikemukakan oleh Lefebvre, *representations of space* merujuk pada ruang yang dikonsepsikan atau dirancang oleh pihak-pihak yang memiliki otoritas dalam perancangan ruang, seperti perancang, pengelola, maupun pihak yang memiliki pengetahuan dan kekuasaan dalam mengatur suatu ruang. Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana ruang dipikirkan secara konseptual melalui sistem pengetahuan, tanda, dan kode tertentu yang kemudian membentuk cara ruang tersebut diorganisasikan dan dipahami oleh masyarakat. Dengan kata lain, *representations of space* merupakan ruang yang dirancang secara sadar melalui gagasan dan konsep tertentu sebelum kemudian diwujudkan dalam bentuk fisik serta digunakan oleh pengunjung.

Dimensi ini menekankan bahwa ruang bukan sekedar tempat yang hadir secara alami, melainkan merupakan hasil dari proses perencanaan yang melibatkan berbagai pertimbangan tertentu, seperti fungsi ruang, kebutuhan pengguna, serta tujuan sosial yang ingin dicapai melalui ruang tersebut. Melalui proses konseptualisasi ini, pihak pengelola atau perancang ruang memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana suatu ruang akan diorganisasikan, bagaimana elemen-elemen fisik ruang ditata, serta bagaimana karakter suasana ruang tersebut dibentuk.

Dalam konteks Antologi Space, dimensi *representations of space* terlihat dari bagaimana pengelola secara safar merancang konsep ruang yang menekankan suasana hening tanpa musik sebagai identitas utama kafe. Konsep tersebut tidak hanya berkaitan dengan keputusan untuk tidak memutar musik, tetapi juga mencakup berbagai elemen desain ruang yang mendukung terciptanya suasana yang kondusif untuk aktivitas belajar maupun bekerja. Dengan kata lain, keheningan di Antologi Space bukan sekedar kondisi ruang yang terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan bagian dari konsep ruang yang dirancang secara sadar untuk membentuk pengalaman tertentu bagi pengunjung.

Konsep ruang tersebut juga berkaitan dengan bagaimana pengelola membangun karakter ruang yang berbeda dari kafe pada umumnya. Jika sebagian besar kafe menghadirkan musik sebagai bagian dari suasana ruang yang santai dan sosial, Antologi Space justru menghadirkan pendekatan yang berbeda dengan menciptakan ruang yang lebih tenang dan mendukung aktivitas yang membutuhkan konsentrasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola memiliki gagasan tertentu mengenai bagaimana ruang tersebut seharusnya digunakan oleh pengunjung.

Lebih dari itu, perbedaan konsep ini juga dapat dibaca sebagai bentuk strategi diferensiasi dalam logika industri kafe yang semakin kompetitif. Alih-alih menghadirkan hiburan seperti musik yang umum ditemukan di kafe lain, Antologi Space justru membangun nilai melalui keheningan sebagai identitas ruang. Dalam konteks ini, keheningan tidak hanya berfungsi sebagai suasana, tetapi juga sebagai nilai jual yang membedakan Antologi Space dari kafe pada umumnya. Dengan demikian, konsep ruang yang tampak sederhana tersebut sebenarnya menunjukkan bagaimana pengelola secara strategis mengemas pengalaman yang minim elemen menjadi sesuatu yang bernilai dan dapat dikonsumsi oleh pengunjung.

Hal ini juga disampaikan oleh Matthew selaku barista Antologi Space yang menjelaskan bahwa tidak adanya musik di dalam kafe merupakan keputusan yang memang sengaja diterapkan sebagai bagian dari konsep ruang yang dihadirkan. Ia menyatakan,

"Kalau musik, aku bisa bilang itu kan dengan sengaja ga dipasang." (Wawancara Barista, Matthew).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keheningan yang hadir di Antologi Space merupakan bagian dari konsep yang dirancang secara sadar oleh pengelola. Dengan tidak memutar musik, pengelola berupaya menciptakan suasana ruang yang lebih tenang sehingga pengunjung dapat lebih fokus dalam melakukan aktivitas seperti belajar, membaca, maupun bekerja.

Selain keputusan untuk tidak menghadirkan musik, konsep ruang Antologi Space juga terlihat melalui pengaturan tata ruang yang

dirancang untuk mendukung fokus individu. Salah satu bentuk perancangan ruang tersebut dapat dilihat dari penataan tempat duduk yang tidak disusun dalam kelompok besar, melainkan lebih banyak disusun secara terpisah. Penataan seperti ini memungkinkan pengunjung memiliki ruang personal yang lebih jelas sehingga dapat melakukan aktivitas secara lebih nyaman tanpa terlalu banyak gangguan dari interaksi sosial di sekitarnya.

Hal tersebut dijelaskan oleh Matthew yang menyatakan bahwa tata letak tempat duduk di Antologi Space memang dirancang secara terpisah agar pengunjung dapat lebih fokus dalam melakukan aktivitasnya.

"Tempat duduknya kan ini emang dibikin ga berkelompok ya, jadi terpisah sendiri-sendiri gitu." (Wawancara Barista, Matthew).

Penataan ruang seperti ini menunjukkan bahwa desain ruang di Antologi Space tidak hanya mempertimbangkan aspek visual atau estetika, tetapi juga diarahkan untuk mendukung fungsi ruang sebagai tempat yang menunjang aktivitas produktif seperti mengerjakan tugas, membaca, maupun bekerja. Dengan kata lain, tata letak ruang tersebut menjadi bagian dari konsepsi ruang yang secara tidak langsung mengarahkan bagaimana pengunjung memanfaatkan ruang tersebut.

Konsep ruang yang mendukung suasana hening juga tercermin melalui desain interior yang cenderung minimalis dan tidak dipenuhi oleh ornamen visual yang berlebihan. Desain yang sederhana dan tidak terlalu ramai memungkinkan ruang terasa lebih tenang dan tidak menimbulkan distraksi visual bagi pengunjung. Hal ini juga disampaikan oleh salah satu informan pengunjung yaitu Fikri, yang menilai bahwa desain interior Antologi Space turut mendukung terciptanya suasana ruang yang kondusif untuk belajar maupun bekerja.

"Menurut saya pribadi, desain interiornya cukup mendukung suasana ini, karena bisa dilihat desainnya cukup minimalis dan tidak terlalu rame ornamen-ornamennya di dalamnya, sehingga berkesinambungan dengan tema suasana hening yang diberikan kafe itu sendiri." (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pengamatan serupa juga disampaikan oleh informan Yudha yang melihat bahwa karakter ruang Antologi Space memang dirancang untuk mendukung aktivitas yang lebih berfokus pada individu dibandingkan aktivitas sosial dalam kelompok besar.

"Karena mungkin dari konsepnya sudah menjadi hal yang emang dibuat untuk fokus mengerjakan tugas atau emang tempatnya lebih dijaga kesunyiannya. Karena emang konsepnya dia tidak untuk orang dengan jumlah yang banyak tapi untuk fokus sendiri gitu ." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Selain konsep keheningan dan tata ruang yang mendukung fokus individu, desain interior Antologi Space juga menghadirkan elemen-elemen ruang yang mendukung kenyamanan sensoris pengunjung, seperti tanaman, pencahayaan alami, serta ruang yang terasa lebih terbuka. Elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi bagian dari desain ruang yang menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menenangkan bagi pengunjung.

Hal ini dijelaskan oleh informan Dhiya yang merasakan bahwa desain ruang Antologi Space memberikan kesan yang segar dan nyaman ketika pertama kali memasuki ruangan.

"Menurut saya sih sudah nyaman ya, sebenarnya ruangannya indoor tapi tuh ngerasa kayak outdoor karena ruangannya terbuka terus ga kayak yang sempit dan sumuk gitu. Jadi pas masuk tuh masih kayak seger apalagi ada beberapa tanaman yang di sekitar ruangannya..." (Wawancara Pengunjung, Dhiya)



Gambar 3. 2 Indoor Antologi Space
Sumber: Hasil Dokumentasi Pribadi

Selain itu, Informan Hara juga menilai bahwa desain interior Antologi Space memiliki karakter industrial yang tetap tertata rapi serta didukung oleh elemen pencahayaan dan tanaman yang membuat ruang terasa lebih hidup dan nyaman untuk digunakan dalam waktu yang lama.

"Walaupun kesan industrial tapi rapi gitu loh…terus dari segi lighting juga oke, kalau siang pakai cahaya matahari juga cukup. Dan aku juga suka di bagian lesehan yang ada rak buku dan tanaman, jadi walaupun industrial tapi tetap hidup" (Wawancara Pengunjung, Hara).

Selain melalui konsep keheningan dan desain fisik ruang, pengelola Antologi Space juga mengatur cara penggunaan ruang melalui sistem pelayanan yang diterapkan di dalam kafe. Salah satu bentuk pengaturan tersebut adalah penerapan sistem *self-service*, di mana pengunjung mengambil pesanan mereka sendiri serta mengembalikan peralatan makan setelah selesai digunakan. Sistem ini menjadi bagian dari cara pengelola mengorganisasikan aktivitas di dalam ruang kafe, sekaligus membentuk pola interaksi tertentu antara pengunjung dan fasilitas yang tersedia di dalam ruang tersebut.

Dalam perspektif Lefebvre, aturan penggunaan ruang seperti ini dapat dipahami sebagai bagian dari *representations of space*, yaitu konsepsi ruang yang dirancang oleh pihak pengelola untuk mengatur bagaimana ruang tersebut digunakan oleh para pengunjung. Melalui sistem *self-service*, pengelola tidak hanya mengatur mekanisme pelayanan, tetapi juga membentuk pola perilaku tertentu di dalam ruang kafe, di mana pengunjung diharapkan memiliki kesadaran untuk mengelola aktivitas mereka secara mandiri selama berada di dalam ruang tersebut.

Hal ini juga disampaikan oleh Tantra selaku barista Antologi Space yang menjelaskan bahwa sebagian besar pengunjung dapat menyesuaikan diri dengan suasana hening yang ada di dalam kafe, meskipun masih terdapat pengunjung yang belum sepenuhnya memahami sistem *self-service* yang diterapkan.

"Sebenarnya kalau yang soal hening, itu customer disini rata-rata pada bisa menyesuaikan. Kalaupun belum tahu, dia datang lihat kondisi sekitar hening, dia bisa menyesuaikan. Cuman yang pada belum banyak tahu itu soal self-service. Ambil pesanan sendiri, balikin sendiri, gitu. Itu malah lebih sulit dibanding menjaga omongan atau hening." (Wawancara Barista, Tantra).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa selain melalui desain ruang dan konsep keheningan, pengelola Antologi Space juga mengatur penggunaan ruang melalui sistem pelayanan yang mendorong kemandirian pengunjung dalam menggunakan fasilitas kafe. Dengan demikian, sistem *self-service* menjadi bagian dari konsepsi ruang yang turut membentuk bagaimana aktivitas pengunjung berlangsung di dalam ruang tersebut.

Berbagai elemen desain tersebut menunjukkan bahwa ruang Antologi Space tidak hanya dirancang sebagai tempat untuk menikmati makanan atau minuman, tetapi juga sebagai ruang yang secara konseptual mendukung suasana fokus dan kenyamanan bagi pengunjung. Dalam perspektif Lefebvre, kondisi ini memperlihatkan bagaimana *representations of space* bekerja melalui konsep, desain, serta penataan ruang yang secara sadar dirancang oleh pengelola untuk memberikan karakter dan fungsi sosial ruang tersebut. Konsep keheningan yang diterapkan di Antologi Space menjadi kerangka konseptual yang mengarahkan bagaimana ruang tersebut ditata, diorganisasikan, serta dipahami oleh para pengunjung. Dengan demikian, suasana hening yang menjadi ciri khas Antologi Space tidak semata-mata muncul dari praktik penggunaan ruang oleh pengunjung, melainkan merupakan hasil dari konsepsi ruang yang secara sengaja dirancang oleh pengelola sebagai bagian dari identitas dan karakter kafe tersebut. Konsepsi ruang ini kemudian mempengaruhi bagaimana pengunjung memaknai serta memanfaatkan ruang tersebut sebagai tempat yang mendukung aktivitas belajar, bekerja, maupun aktivitas produktif lainnya.

Jika dilihat lebih jauh, konseptualisasi ruang yang dilakukan oleh pengelola Antologi Space menunjukkan bahwa keheningan bukan hanya pilihan estetika, tetapi juga bagian dari strategi produksi

ruang dalam logika kapitalisme. Keputusan untuk tidak menghadirkan musik, penggunaan desain minimalis, serta sistem *self-service* menunjukkan bahwa ruang dikonstruksi efisien tanpa membutuhkan banyak elemen tambahan yang bersifat hiburan.

Dalam konteks ini, Antologi Space memperlihatkan bagaimana kapitalisme dapat bekerja dengan cara yang lebih halus dan tidak selalu terlihat secara langsung, yaitu dengan "menjual" kondisi yang secara kasat mata tampak sebagai ketiadaan. Keheningan, yang pada dasarnya tidak membutuhkan biaya produksi tinggi, justru dikemas sebagai nilai jual utama yang mampu menarik konsumen tertentu.

Hal ini menunjukkan bahwa *representations of space* tidak hanya berfungsi untuk mengatur penggunaan ruang, tetapi juga menjadi instrumen dalam menciptakan nilai ekonomi. Dengan kata lain, desain ruang yang tampak sederhana tersebut sebenarnya merupakan bagian dari strategi kapitalisme yang efisien, di mana pengelola tidak perlu menghadirkan banyak elemen produksi, namun tetap mampu menciptakan pengalaman yang dapat dikonsumsi.

c. Representational Spaces (Ruang Representasional)

Representational Spaces merujuk pada ruang yang dialami, dirasakan, serta dimaknai secara langsung oleh individu yang berada di dalamnya. Jika *representations of space* berkaitan dengan ruang yang dikonsepsikan oleh perancang atau pengelola, maka *representational spaces* lebih menekankan pada bagaimana ruang tersebut dihidupi oleh para penggunanya melalui pengalaman sehari-hari, emosi, serta interpretasi personal terhadap suasana ruang tersebut.

Dimensi ini menggambarkan bahwa ruang tidak hanya dipahami sebagai struktur fisik atau hasil perencanaan semata, tetapi juga sebagai ruang yang memiliki makna simbolik dan afektif bagi individu yang mengalaminya. Pengalaman ruang yang dirasakan oleh pengguna seringkali dipengaruhi oleh berbagai elemen yang ada di dalam ruang tersebut, seperti suasana, interaksi sosial, maupun atmosfer yang terbentuk di dalamnya. Melalui pengalaman tersebut,

individu kemudian membentuk interpretasi tertentu mengenai fungsi dan karakter ruang yang mereka tempati.

Dalam konteks Antologi Space, dimensi *representational spaces* dapat dilihat dari bagaimana pengunjung merasakan dan memaknai suasana hening yang menjadi karakter utama kafe tersebut. Bagi sebagian pengunjung, keheningan yang hadir di Antologi Space tidak hanya dipahami sebagai kondisi ruang yang tanpa musik, tetapi juga sebagai atmosfer yang mendukung fokus, ketenangan, serta produktivitas dalam melakukan berbagai aktivitas seperti belajar maupun bekerja.

Hal ini terlihat dari pengalaman yang disampaikan oleh informan Fikri yang merasakan bahwa suasana hening di Antologi Space membuatnya lebih produktif ketika mengerjakan berbagai aktivitas.

"Saya merasa cukup produktif disini karena satu, tata letak tempat duduknya yang cukup nyaman. Dua, tidak ada live music sehingga membuat suasana belajar lebih bisa dikatakan syahdu atau hening lah lebih sunyi…" (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa keheningan yang hadir di dalam ruang Antologi Space dimaknai oleh pengunjung sebagai kondisi yang memungkinkan mereka untuk lebih berkonsentrasi dalam melakukan aktivitas belajar atau bekerja. Tidak adanya musik maupun gangguan suara lainnya membuat ruang tersebut dirasakan lebih mendukung aktivitas yang membutuhkan fokus.

Hal serupa juga disampaikan oleh Fikri ketika menggambarkan bagaimana suasana hening di Antologi Space mempengaruhi cara dirinya beraktivitas selama berada di dalam kafe.

"Mungkin satu hal menonjol yang saya rasakan selama di kafe ini dengan suasana yang hening itu saya bisa lebih fokus dan lebih terarah apa saja yang ingin saya kerjakan disini selama beberapa jam kedepan…" (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa suasana ruang yang hening tidak hanya mempengaruhi kondisi lingkungan fisik, tetapi juga membentuk pengalaman psikologis pengunjung ketika berada di

dalam ruang tersebut. Keheningan yang dirasakan oleh pengunjung kemudian dimaknai sebagai kondisi yang membantu mereka untuk lebih fokus serta mengurangi distraksi dari lingkungan sekitar.

Pengalaman yang hampir serupa juga disampaikan oleh informan Yudha yang merasakan bahwa suasana di Antologi Space membuatnya lebih fokus ketika mengerjakan tugas.

"Saya lebih mencari fokus untuk menjalankan tugas dan juga mungkin untuk ketenangan tidak hanya di Antologi, tapi menurut saya Antologi lebih dari kata nyaman." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Selain memberikan rasa fokus, suasana yang dihadirkan di Antologi Space juga dimaknai oleh pengunjung sebagai kondisi yang mendukung produktivitas dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan. Hal ini terlihat dari pengalaman Yudha yang menilai bahwa suasana kafe tersebut membuatnya lebih produktif dibandingkan dengan tempat lain.

"Bagi saya kalau Antologi memang bagi saya sudah sangat membuat saya lebih produktif karena lebih bikin saya fokus dan juga menambah kenyamanan saya." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Sementara itu, informan Dhiya juga menggambarkan bahwa kesan pertama yang ia rasakan ketika memasuki Antologi Space adalah suasana yang tenang dan mendukung aktivitas belajar.

"Yang pertama saya rasakan ya itu tenang, dan emang kayak fokus banget gitu…biasanya kan kalau masuk kafe itu orang-orang berisik ya, tapi waktu masuk Antologi rasanya kayak emang difokuskan untuk belajar aja gitu." (Wawancara Pengunjung, Dhiya).

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa suasana ruang di Antologi Space tidak hanya dipahami sebagai karakter fisik ruang semata, tetapi juga dimaknai oleh pengunjung sebagai atmosfer yang memiliki fungsi tertentu, yaitu sebagai ruang yang mendukung aktivitas belajar dan bekerja secara lebih fokus.

Hal yang menarik juga disampaikan oleh informan Hara yang menilai bahwa suasana fokus di Antologi Space terbentuk bukan hanya tidak adanya musik, tetapi juga karena perilaku pengunjung lain yang cenderung lebih tenang.

"Aku ngerasa ambience di Antologi itu sangat fokus gitu karena orang-orangnya diem. Rata-rata orang disini tuh fokus semua gitu,

ga kayak kafe-kafe lain yang berisik dan ngobrol gitu." (Wawancara Pengunjung, Hara).



Gambar 3. 3 Pengunjung Fokus Mengerjakan Sesuatu
Sumber: Instagram @antologispace

Pernyataan itu menunjukkan bahwa pengalaman ruang yang dirasakan oleh pengunjung tidak hanya terbentuk melalui desain atau konsep ruang yang dirancang oleh pengelola, tetapi juga melalui atmosfer sosial yang tercipta dari perilaku pengguna ruang itu sendiri. Dalam hal ini, keheningan yang menjadi karakter Antologi Space tidak hanya hadir sebagai konsep ruang, tetapi juga hidup melalui pengalaman dan interaksi yang dirasakan oleh para pengunjung.

Dengan demikian, dalam perspektif Lefebvre, pengalaman yang dirasakan oleh para pengunjung menunjukkan bahwa *representational spaces* bekerja melalui pengalaman subjektif individu terhadap atmosfer ruang yang mereka tempati. Keheningan yang menjadi ciri khas Antologi Space kemudian dimaknai oleh pengunjung sebagai suasana yang menghadirkan ketenangan, fokus, serta kenyamanan dalam menjalankan berbagai aktivitas produktif. Melalui pengalaman tersebut, ruang Antologi Space tidak hanya dipahami sebagai tempat fisik untuk berkegiatan, tetapi juga sebagai ruang yang memiliki makna tertentu bagi pengunjung yang mengalaminya secara langsung.

2. Keheningan Antologi Space dalam Kerangka Budaya Konsumsi

a. Consumer Identity Projects

Konsep *Consumer Identity Projects* dalam perspektif *Consumer Culture Theory* yang dikemukakan oleh Arnould dan

Thompson (2005) menjelaskan bahwa konsumen tidak hanya menggunakan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memanfaatkan berbagai pengalaman konsumsi sebagai sarana untuk membangun serta menegosiasikan identitas diri. Melalui praktik konsumsi tertentu, individu bekekrja dengan sumber daya simbolik yang tersedia di pasar, seperti produk, merek, maupun pengalaman ruang, untuk menciptakan narasi identitas yang mencerminkan nilai, aspirasi, serta gaya hidup yang mereka miliki. Dalam kondisi ini, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembentukan identitas yang terus berkembang melalui pengalaman sosial dan interaksi dengan lingkungan konsumsi.

Dalam konteks Antologi Space, pengalaman mengonsumsi ruang kafe yang hening tanpa musik dapat dipahami sebagai bagian dari praktik konsumsi yang berkaitan dengan pembentukan identitas diri pengunjung. Pilihan untuk datang dan menghabiskan waktu di ruang yang tenang seperti Antologi Space tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan untuk mencari tempat belajar atau bekerja, tetapi juga mencerminkan preferensi serta nilai tertentu yang dimiliki oleh individu, seperti orientasi terhadap fokus, produktivitas, serta penghargaan terhadap ketenangan dalam menjalankan aktivitas.

Pengalaman tersebut terlihat dari pernyataan informan Dhiya yang menyampaikan bahwa suasana di Antologi Space mendorong dirinya untuk menyesuaikan perilaku serta membentuk versi diri yang lebih tenang dan kondusif ketika berada di dalam ruang tersebut.

"Jadi saya tuh merubah versi diri saya yang lebih tenang dan lebih kondusif. Karena saya tahu bahwasanya kafe ini tidak diperuntukan oleh orang-orang yang berisik dan tidak ingin fokus. Jadi waktu saya kesana itu membuat identitas diri saya sendiri yang lebih tenang, lebih kondusif dan lebih menghargai aktivitas orang lain gitu." (Wawancara Pengunjung, Dhiya).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman berada di Antologi Space tidak hanya mempengaruhi cara individu menggunakan ruang, tetapi juga membentuk bagaimana mereka memaknai diri mereka sendiri dalam konteks aktivitas yang

dilakukan. Dalam hal ini, suasana hening yang menjadi karakter ruang Antologi Space mendorong pengunjung untuk menyesuaikan perilaku mereka sehingga tercipta identitas diri yang lebih tenang, fokus, serta menghargai aktivitas orang lain di dalam ruang tersebut.

Hal serupa juga terlihat dari pandangan informan Yudha yang mengaitkan suasana hening di Antologi Space dengan gaya hidup tertentu yang menekankan pada fokus dan produktivitas dalam menjalankan aktivitas.

"Mungkin ini bisa jadi ke gaya hidup semua orang atau siapa saja yang dimana mereka ingin lebih fokus mengerjakan tugas atau mengerjakan hal yang memang ingin dilakukan sendiri tanpa mengganggu orang lain." (Wawancara Pengunjung, Yudha).



Gambar 3. 4 Pengunjung Fokus Mengerjakan Kerjaannya
Sumber: Instagram @antologispace

Pernyataan ini menunjukkan bahwa suasana ruang yang hening dapat dimaknai sebagai dari gaya hidup yang menekankan aktivitas yang lebih terarah dan produktif. Dalam perspektif *Consumer Identity Projects*, pengalaman konsumsi ruang seperti ini berperan sebagai medium yang memungkinkan individu menegaskan identitas diri mereka sebagai seseorang yang memiliki orientasi terhadap fokus serta aktivitas produktif.

Selain itu, informan Fikri juga menyoroti bahwa suasana hening yang menjadi ciri khas Antologi Space cenderung menarik segmen pengunjung tertentu yang memiliki preferensi terhadap ruang yang tenang dibandingkan dengan kafe yang lebih ramai atau menyediakan musik.

"Sebenarnya suasana hening itu bisa saja dinikmati oleh semua orang, akan tetapi orang-orang yang bisa berlama-lama di suasana hening tanpa mengganggu pengunjung lain itu biasanya memang segmen orang-orang tertentu." (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pandangan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman konsumsi di Antologi Space berkaitan dengan preferensi serta karakteristik tertentu dari pengunjung yang memilih ruang tersebut. Dalam konteks ini, konsumsi ruang yang hening tidak hanya menjadi pilihan praktis untuk melakukan aktivitas belajar atau bekerja, tetapi juga menjadi bagian dari praktik identitas yang membedakan kelompok konsumen tertentu dari konsumen lainnya.

Pengamatan dari pihak barista juga memperkuat temuan tersebut. Salah satu barista yaitu Tantra menjelaskan bahwa sebagian besar pengunjung yang datang ke Antologi Space biasanya melakukan aktivitas yang membutuhkan konsentrasi, seperti bekerja dengan laptop, mengerjakan tugas kuliah atau skripsi, maupun membaca buku.

"Kebanyakan kerja sih mbak, atau kuliah. Kadang ngerjain skripsi, buka laptop gitu sih. Terus orang yang baca buku juga ada sih mbak." (Wawancara Barista, Tantra).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Antologi Space secara tidak langsung menarik pengunjung yang memiliki orientasi terhadap aktivitas produktif. Aktivitas yang dilakukan oleh para pengunjung tersebut kemudian membentuk atmosfer sosial tertentu di dalam ruang kafe, di mana sebagian besar individu yang hadir memiliki tujuan yang relatif serupa, yaitu bekerja, belajar, atau melakukan aktivitas yang membutuhkan fokus.

Dengan demikian, dalam perspektif *Consumer Identity Projects*, pengalaman konsumsi yang terjadi di Antologi Space dapat dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri pengunjung. Pilihan untuk datang dan menghabiskan waktu di ruang yang hening tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan praktis untuk mencari tempat belajar atau bekerja, tetapi juga mencerminkan nilai serta gaya hidup tertentu yang ingin dibangun oleh individu, seperti identitas sebagai individu yang fokus, produktif, serta menghargai

ketenangan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

b. Marketplace Cultures

Konsep *Marketplace Cultures* dalam *Consumer Culture Theory* menjelaskan bahwa pasar tidak hanya menjadi ruang pertukaran ekonomi antara produsen dan konsumen, tetapi juga merupakan ruang sosial di mana budaya terbentuk melalui interaksi antarindividu. Dalam perspektif ini, konsumen dipandang tidak hanya sebagai penerima pengalaman yang disediakan oleh pasar, tetapi juga sebagai pihak yang secara aktif memproduksi makna sosial melalui praktik konsumsi yang mereka lakukan. Melalui aktivitas konsumsi yang berulang, konsumen dapat membentuk norma, praktik sosial, serta solidaritas kolektif yang pada akhirnya menghasilkan budaya mikro dalam suatu ruang konsumsi tertentu (Arnould & Thompson, 2005).

Dalam konteks Antologi Space, praktik konsumsi yang terjadi di dalam ruang kafe yang hening menunjukkan adanya pembentukan budaya mikro yang berkembang dari interaksi antar pengunjung. Suasana hening yang menjadi karakter ruang tersebut tidak hanya dipertahankan oleh desain atau konsep yang dirancang oleh pengelola, tetapi juga oleh perilaku kolektif para pengunjung yang secara tidak langsung menyesuaikan diri dengan kondisi ruang yang ada. Melalui interaksi sosial yang terjadi di dalam ruang tersebut, para pengunjung secara bertahap membentuk norma sosial mengenai bagaimana seharusnya seseorang bersikap ketika berada di Antologi Space.

Fenomena ini terlihat dari pengalaman pengunjung yang menyadari bahwa suasana kafe yang relatif sunyi membuat mereka menyesuaikan perilaku komunikasi agar tidak mengganggu pengunjung lain. Salah satu informan yaitu Fikri menjelaskan bahwa kondisi ruang yang hening membuat dirinya lebih berhati-hati dalam berbicara dan secara sadar menurunkan volume suara ketika berada di dalam kafe tersebut.

"Kalau di sini kafenya cenderung sepi cenderung sunyi sehingga membuat saya lebih menakar-nakar suara saya untuk lebih kecil

supaya tidak mengganggu pengunjung-pengunjung yang lain." (Wawancara Pengunjung, Fikri).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa praktik menjaga volume suara bukan semata-mata berasal dari aturan formal yang ditetapkan oleh kafe, melainkan juga muncul dari kesadaran sosial antar pengunjung yang berbagi ruang yang sama. Dalam konteks ini, perilaku individu dipengaruhi oleh keberadaan orang lain yang sedang melakukan aktivitas yang membutuhkan ketenangan, seperti belajar atau bekerja.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan Yudha yang menyatakan bahwa suasana hening di Antologi Space membuat dirinya lebih waspada dalam menjaga sikap agar tidak mengganggu pengunjung lain yang berada di ruang tersebut.

"Tentunya sedikit harus waspada menjaga sikap karena kalau ada suara sedikit yang mengganggu mungkin bisa mengganggu pengunjung lainnya." (Wawancara Pengunjung, Yudha).

Pernyataan dari Yudha memperlihatkan bahwa keberadaan ruang hening tidak hanya mempengaruhi pengalaman individu, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif di antara pengunjung untuk menjaga kenyamanan bersama. Dalam situasi ini, praktik sosial seperti menurunkan volume suara atau menjaga perilaku menjadi bagian dari norma yang secara tidak langsung dipatuhi oleh para pengunjung.

Temuan yang paling jelas terkait dengan pembentukan norma sosial di Antologi Space terlihat dari pernyataan informan Dhiya yang secara eksplisit menyebut adanya norma sosial yang diikuti oleh para pengunjung meskipun tidak dijelaskan secara formal oleh pihak kafe.

"Ada norma sosial yang emang tidak secara gamblang dijelaskan oleh kafenya, tapi pengunjung itu menyesuaikan. Misalkan saya sebagai pengunjung langsung diam dan fokus dengan kegiatan saya, dan orang lain pun melakukan hal yang sama. Jadi itu masuk ke norma sosial yang tidak sengaja diikuti oleh seluruh pengunjung." (Wawancara Pengunjung, Dhiya).



Gambar 3. 5 Pengunjung Fokus dengan Kegiatannya
Sumber: Hasil Dokumentasi Pribadi

Pernyataan ini menunjukkan bahwa budaya penggunaan ruang di Antologi Space terbentuk melalui proses adaptasi sosial antar pengunjung. Norma mengenai menjaga ketenangan muncul dari pengamatan terhadap perilaku orang lain di dalam ruang tersebut, yang kemudian diikuti dan direproduksi oleh pengunjung lain yang berada di ruang yang sama.

Temuan tersebut juga memperlihatkan bahwa norma sosial yang berlaku di dalam ruang Antologi Space dipelajari secara bertahap oleh pengunjung melalui pengamatan terhadap situasi ruang dan perilaku orang lain. Dalam hal ini, budaya menjaga ketenangan tidak hanya berasal dari aturan yang dibuat oleh pengelola, tetapi juga terbentuk melalui proses interaksi sosial antara pengunjung lama dan pengunjung baru.

Hal serupa juga disampaikan oleh barista Tantra yang menjelaskan bahwa sebagian besar pengunjung yang datang ke Antologi Space sebenarnya sudah memahami suasana yang diharapkan di kafe Antologi Space. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa pengunjung yang berbicara dengan suara yang lebih keras, terutama ketika datang bersama teman atau kelompok. Kondisi ini menunjukkan bahwa norma sosial yang berlaku di dalam ruang tersebut terus dinegosiasikan melalui interaksi antar pengunjung yang memiliki latar belakang dan tujuan yang berbeda.

Dengan demikian, praktik konsumsi yang terjadi di Antologi Space tidak hanya berkaitan dengan aktivitas membeli makanan atau

minuman, tetapi juga melibatkan proses pembentukan budaya sosial di antara pengunjungnya. Melalui interaksi yang terjadi di dalam ruang tersebut, pengunjung secara bersama-sama menciptakan norma, praktik sosial, serta makna kolektif mengenai bagaimana ruang hening tersebut seharusnya digunakan. Dalam perspektif *marketplace cultures*, fenomena ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki peran aktif dalam memproduksi budaya mikro di dalam ruang pasar, di mana praktik menjaga ketenangan dan menghargai aktivitas orang lain menjadi bagian dari makna sosial yang dibangun secara kolektif oleh para pengunjung Antologi Space.

B. Pembahasan

Bagian ini membahas temuan penelitian yang diperoleh selama proses pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis dilakukan dengan mengaitkan hasil temuan dengan konsep produksi ruang yang dikemukakan oleh Henri Lefebvre, khususnya mengenai tiga dimensi ruang, yaitu praktik ruang (*spatial practice*), representasi ruang (*representations of space*), dan ruang representasional (*representational space*). Selain itu, pembahasan ini juga didialogkan dengan dua dimensi *consumer culture theory* yang dikemukakan oleh Arnould & Thompson, yaitu *consumer identity* dan *marketplace cultures*, serta dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, Antologi Space menghadirkan pengalaman ruang yang khas melalui suasana yang relatif tenang dan minim distraksi. Pengunjung tidak hanya memanfaatkan kafe tersebut sebagai ruang untuk mengonsumsi makanan atau minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk melakukan aktivitas yang membutuhkan konsentrasi seperti belajar, membaca, maupun bekerja menggunakan laptop. Suasana hening yang terbentuk di dalam kafe secara tidak langsung mempengaruhi cara pengunjung berperilaku, misalnya dengan berbicara lebih pelan, menjaga suasana tetap kondusif, serta menyesuaikan aktivitas mereka dengan kondisi ruang yang ada.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep produksi ruang yang dijelaskan oleh Henri Lefebvre dalam karyanya yaitu *The Production of Space*.

Lefebvre menjelaskan bahwa ruang tidak hanya merupakan tempat fisik yang bersifat netral, tetapi merupakan hasil dari proses sosial yang terus diproduksi melalui aktivitas, relasi, serta praktik yang dilakukan oleh individu di dalamnya Lefebvre (2007 [1991]). Dengan kata lain, ruang terbentuk melalui interaksi sosial yang terjadi di dalamnya dan makna yang diberikan oleh para penggunanya. Pandangan ini juga diperkuat oleh pemikiran Doreen Massey yang menyatakan bahwa ruang bersifat relasional, yaitu terbentuk dari hubungan antara berbagai aktivitas dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya (Massey, 1994).

Dalam kerangka konsep Lefebvre, praktik ruang (*spatial practice*) merujuk pada kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh individu dalam menggunakan ruang. Dalam konteks penelitian ini, praktik ruang dapat dilihat dari berbagai aktivitas pengunjung Antologi Space seperti mengerjakan tugas, bekerja dengan laptop, membaca buku, atau berdiskusi secara pelan. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa ruang kafe dimanfaatkan tidak hanya sebagai ruang konsumsi, tetapi juga sebagai ruang produktivitas. Kebiasaan ini kemudian membentuk pola perilaku kolektif di antara pengunjung yang secara tidak langsung menjaga suasana ruang agar tetap tenang dan kondusif.

Temuan mengenai praktik menjaga ketenangan ruang ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan pihak barista yang sehari-hari mengelola aktivitas di dalam kafe. Barista menjelaskan bahwa dalam beberapa situasi terdapat pengunjung yang datang secara berkelompok sehingga menimbulkan suara yang cukup ramai dan berpotensi mengganggu pengunjung lain. Dalam kondisi tersebut, pihak barista biasanya memberikan teguran secara langsung, terutama ketika terdapat pelanggan lain yang menyampaikan keluhan mengenai suasana yang menjadi lebih ramai dari biasanya. Praktik ini menunjukkan bahwa keheningan di Antologi Space tidak hanya terbentuk melalui kesadaran pengunjung semata, tetapi juga dipertahankan melalui interaksi sosial antara pengunjung dan pengelola ruang yang secara bersama-sama menjaga karakter ruang tetap kondusif untuk aktivitas belajar dan bekerja.

Dimensi kedua adalah representasi ruang (*representations of space*), yaitu cara ruang dirancang dan dikonseptualisasikan oleh pihak yang merencanakannya. Dalam konteks kafe ini, hal ini berkaitan dengan bagaimana pengelola merancang tata ruang, suasana, serta konsep tempat tersebut. Desain ruang Antologi Space yang cenderung mendukung aktivitas fokus, seperti pengaturan tempat duduk yang nyaman dan suasana yang relatif tenang, secara tidak langsung mengkomunikasikan

fungsi ruang kepada pengunjung. Pengunjung kemudian memahami bahwa ruang tersebut dapat digunakan untuk aktivitas yang membutuhkan konsentrasi.

Sementara itu, ruang representational (*representational space*) berkaitan dengan bagaimana ruang tersebut dialami dan dimaknai oleh individu yang menggunakannya. Dalam penelitian ini, banyak pengunjung memaknai Antologi Space sebagai tempat yang nyaman untuk belajar dan bekerja. Suasana hening yang ada di dalam kafe memberikan pengalaman ruang yang membantu mereka untuk lebih fokus dalam melakukan aktivitas tertentu. Dengan demikian, makna ruang tidak hanya berasal dari desain fisik ruang, melainkan dari pengalaman subjektif pengunjung yang menggunakannya.

Temuan penelitian ini juga dapat dipahami melalui dimensi *consumer identity* dalam kajian budaya konsumsi. Dimensi ini menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan material, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu membentuk identitas diri melalui pilihan konsumsi mereka. Dalam konteks ini, keputusan pengunjung untuk datang ke Antologi Space dapat dipahami sebagai bagian dari cara mereka mengekspresikan identitas diri sebagai individu yang produktif, fokus, atau memiliki gaya hidup tertentu seperti mengerjakan tugas, bekerja maupun belajar di kafe.

Selain itu, fenomena ini juga berkaitan dengan dimensi *marketplace cultures* yang menjelaskan bahwa ruang konsumsi seperti kafe dapat menjadi tempat terbentuknya praktik sosial dan budaya tertentu. Kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial di mana individu berinteraksi, berbagi pengalaman, serta membentuk kebiasaan kolektif. Dalam konteks Antologi Space, suasana hening yang terjaga menunjukkan adanya norma tidak tertulis yang dipahami para pengunjung ketika berada di Antologi Space untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan kondisi ruang yang ada.

Temuan penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andre Raevaldy Pranajaya dan Tri Lestira Warganegara (2024) mengenai pengaruh suasana kafe terhadap minat beli pelanggan di Bengkel Kopi Bandar Lampung. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa suasana kafe memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman konsumen serta mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi sebuah kafe. Aspek seperti pencahayaan, tata ruang, serta suasana lingkungan dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sehingga meningkatkan ketertarikan mereka untuk datang.

Hasil penelitian tersebut pada dasarnya sejalan dengan temuan dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa suasana ruang memiliki peran penting dalam menarik pengunjung ke sebuah kafe. Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan perspektif yang sedikit berbeda. Jika penelitian tersebut menekankan bahwa atmosfer kafe yang menarik dapat meningkatkan minat beli pelanggan, maka penelitian ini menunjukkan bahwa suasana hening tanpa musik atau hiburan juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Dalam kasus Antologi Space, suasana yang tenang justru menjadi faktor yang mendorong pengunjung untuk datang karena mereka membutuhkan ruang yang mendukung aktivitas fokus dan konsentrasi.

Selanjutnya, temuan penelitian saya juga dapat dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Annang Fahmi Roziq, Agus Suyatno, dan Esti Dwi Rahmawati (2024) yang membahas pengaruh *live music* dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *live music* dapat meningkatkan atmosfer kafe sehingga memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pelanggan. Musik dianggap mampu menciptakan suasana yang lebih hidup serta meningkatkan interaksi sosial di antara para pengunjung.

Namun demikian, temuan penelitian ini berbanding terbalik dan menunjukkan kondisi yang berbeda dengan penelitian saya. Di Antologi Space, justru tidak adanya musik menjadi salah satu elemen yang membentuk karakter ruang tersebut. Keheningan yang tercipta memberikan pengalaman pengunjung untuk lebih fokus pada aktivitas personal yang mereka lakukan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman ruang di sebuah kafe tidak selalu harus dibangun melalui suasana yang ramai atau hiburan seperti *live music*. Sebaliknya, suasana yang lebih tenang juga dapat menciptakan pengalaman ruang yang bermakna bagi kelompok pengunjung tertentu.

Selain itu, temuan penelitian saya juga dapat dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Nugroho dan Edwin Japarianto (2013) yang menganalisis pengaruh enam variabel dalam bauran pemasaran (6 P) terhadap tingkat kunjungan konsumen di Coffe Cozies Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap tingkat kunjungan pelanggan. Namun secara parsial hanya variabel *product*, *promotion*, *price*, dan

place yang memiliki pengaruh signifikan, dengan variabel *product* menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan tingkat kunjungan konsumen.

Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian saya menunjukkan perspektif yang berbeda. Penelitian saya menemukan bahwa ketertarikan pengunjung terhadap Antologi Space tidak dipengaruhi oleh faktor produk atau strategi pemasaran, tetapi oleh pengalaman ruang yang dihadirkan oleh kafe tersebut. Suasana hening yang tercipta di dalam ruang membentuk pola perilaku pengunjung untuk menyesuaikan aktivitas mereka, seperti berbicara lebih pelan, menjaga ketenangan, serta menggunakan ruang sebagai tempat yang lebih mendukung aktivitas belajar dan bekerja.

Dalam analisis yang lebih luas, ruang kafe juga dipahami sebagai bagian dari ruang konsumsi dalam sistem ekonomi modern. Henri Lefebvre dalam The Production of Space menjelaskan bahwa dalam masyarakat kapitalis terdapat apa yang disebut sebagai ruang abstrak, yaitu ruang yang diproduksi dan diorganisasikan untuk kepentingan ekonomi serta strategi produksi dan konsumsi (Lefebvre, 2007 [1991]). Ruang abstrak ini tidak hanya merujuk pada ruang fisik semata, tetapi juga pada bagaimana ruang tersebut dirancang agar dapat mendukung aktivitas ekonomi tertentu. Dalam konteks kafe, ruang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai ruang konsumsi yang mendorong pengunjung untuk melakukan aktivitas ekonomi seperti membeli makanan atau minuman.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Antologi Space juga beroperasi dalam logika tersebut. Meskipun kafe ini menghadirkan suasana hening tanpa musik, ruang tersebut tetap menjadi bagian dari ruang konsumsi yang memungkinkan berlangsungnya aktivitas ekonomi. Pengunjung yang datang untuk belajar, bekerja, atau membaca tetap melakukan konsumsi sebagai bagian dari penggunaan ruang tersebut. Dengan demikian, keheningan yang dihadirkan di dalam ruang kafe dapat dipahami tidak hanya sebagai suasana yang muncul secara alami, tetapi juga sebagai bagian dari strategi atmosfer ruang yang mendukung keberlangsungan aktivitas ekonomi.

Lebih jauh, kondisi ini menunjukkan bahwa keheningan tidak hanya berfungsi sebagai pendukung aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari komoditas itu sendiri. Dalam konteks ini, Antologi Space memperlihatkan bagaimana kapitalisme dapat bekerja dengan cara yang tidak selalu terlihat secara langsung, yaitu dengan mengemas kondisi yang secara kasat mata tampak sebagai

“ketiadaan” menjadi sesuatu yang bernilai. Keheningan, yang tidak membutuhkan biaya produksi tinggi seperti musik atau hiburan lainnya, justru dijadikan sebagai daya tarik utama bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kapitalisme tidak selalu bergantung pada produksi sesuatu yang konkret, tetapi juga mampu menjadikan pengalaman sederhana sebagai sesuatu yang dapat dikonsumsi.

Hubungan antara ruang dan komunikasi juga tidak dapat dipahami hanya sebagai proses penyampaian pesan seperti dalam model komunikasi linear. Ruang tidak hanya menjadi tempat terjadinya komunikasi, tetapi juga berperan dalam membentuk makna komunikasi itu sendiri (Dhona, 2018). Dengan kata lain, desain ruang, pengaturan suasana, serta praktik sosial yang berlangsung di dalamnya turut mempengaruhi bagaimana individu berinteraksi dan memahami ruang tersebut. Dalam konteks Antologi Space, suasana hening yang tercipta di dalam ruang tersebut secara tidak langsung mengkomunikasikan norma perilaku tertentu kepada pengunjung. Pengunjung kemudian menyesuaikan perilaku mereka dengan berbicara lebih pelan, menjaga ketenangan, serta menggunakan ruang untuk aktivitas yang membutuhkan konsentrasi seperti belajar atau bekerja.

Fenomena ini juga dikaitkan dengan konsep fetisisme ruang dalam kajian keruangan. Fetisisme ruang merujuk pada kondisi ketika ruang terlihat seolah-olah terbentuk secara alami, padahal sebenarnya ruang tersebut diproduksi melalui hubungan sosial serta kepentingan tertentu yang seringkali tersembunyi (Fuchs, 2018). Dalam konteks ruang konsumsi seperti kafe, suasana ruang yang terlihat nyaman, tenang, atau estetis sering kali dianggap sebagai sesuatu yang alami, padahal di baliknya terdapat proses perancangan dan pengelolaan ruang yang berkaitan dengan strategi ekonomi.

Dalam kasus Antologi Space, keheningan yang dirasakan oleh pengunjung tidak sepenuhnya muncul secara spontan dari perilaku pengunjung saja, tetapi juga terbentuk melalui interaksi sosial antara pengunjung dan pengelola ruang yang secara aktif menjaga suasana tetap kondusif. Namun, jika dilihat melalui perspektif produksi ruang, keheningan tersebut merupakan hasil dari interaksi antara konsep ruang yang dirancang oleh pengelola dan praktik sosial para pengunjung yang menggunakan ruang tersebut. Dengan demikian, ruang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlangsungnya aktivitas sosial, tetapi juga sebagai media yang dapat mereproduksi relasi kuasa tertentu dalam konteks ekonomi dan budaya konsumsi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa ruang juga dapat dipahami sebagai

instrumen kuasa yang membentuk perilaku dan praktik sosial individu di dalamnya (Dhona & Mahatattwo, 2021).

Dalam kasus Antologi Space, keheningan yang dihadirkan tidak dapat dipahami sebagai kondisi yang sepenuhnya netral atau alami, melainkan sebagai hasil dari proses produksi ruang yang secara sadar dirancang dan dikelola. Keheningan tersebut terbentuk melalui kombinasi antara konsep ruang, pengaturan desain, serta praktik sosial yang berlangsung di dalamnya. Dalam konteks kapitalisme kontemporer, kondisi ini menunjukkan bagaimana pengalaman ruang yang tampak sederhana justru dapat dikomodifikasi menjadi nilai ekonomi. Antologi Space pada akhirnya tidak hanya menyediakan ruang untuk aktivitas belajar dan bekerja, tetapi juga merepresentasikan bagaimana kapitalisme mampu mengemas "ketiadaan" sebagai sesuatu yang bernilai dan dikonsumsi oleh masyarakat.

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa keheningan yang dihadirkan di Antologi Space bukan merupakan kondisi yang muncul secara alami, melainkan hasil dari proses produksi ruang secara sadar dirancang, diatur, dan dikelola oleh pengelola kafe. Dengan demikian, ruang tidak dapat dipahami sebagai entitas yang netral, tetapi sebagai hasil dari relasi sosial, praktik, dan kepentingan tertentu yang bekerja di dalamnya.

Dalam perspektif produksi ruang Henri Lefebvre, keheningan di Antologi Space terbentuk melalui tiga dimensi ruang. Pertama, praktik sosial (*spatial practice*) terlihat dari aktivitas pengunjung yang menggunakan ruang untuk belajar, bekerja, dan membaca, sekaligus secara kolektif menjaga suasana tetap tenang. Kedua, representasi ruang (*representations of space*) menunjukkan bahwa keheningan merupakan bagian dari konsep yang secara sengaja dirancang oleh pengelola melalui penghilangan elemen distraksi seperti musik, penataan ruang yang mendukung fokus individu, serta desain interior yang minimalis. Ketiga, ruang representasional *(representational space*) memperlihatkan bahwa pengunjung memaknai ruang tersebut sebagai tempat yang kondusif untuk aktivitas produktif.

Lebih lanjut, melalui perspektif *consumer culture theory*, penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi di Antologi Space tidak hanya berkaitan dengan produk material, tetapi juga dengan konsumsi pengalaman ruang. Melalui dimensi *consumer identity*, pengunjung menggunakan ruang kafe sebagai sarana untuk membentuk dan mengekspresikan identitas diri sebagai individu yang produktif dan fokus. Sementara itu, melalui dimensi *marketplace cultures*, ruang kafe berfungsi sebagai arena terbentuknya praktik sosial dan budaya konsumsi, di mana pengunjung secara kolektif membangun dan memahami norma tidak tertulis untuk menjaga suasana hening. Norma tersebut kemudian mengarahkan perilaku pengunjung untuk menyesuaikan diri dengan karakter ruang yang ada.

Secara kritis, penelitian ini menunjukkan bahwa keheningan di Antologi Space tidak dapat dipahami sebagai bentuk resistensi terhadap kapitalisme, melainkan sebagai bagian dari strategi dalam logika kapitalisme itu sendiri. Keheningan dikonstruksikan sebagai nilai jual utama yang mampu menarik

konsumen tertentu. Dengan kata lain, kapitalisme dalam konteks ini tidak selalu bekerja melalui produksi sesuatu yang bersifat konkret, tetapi juga melalui pengemasan kondisi yang tampak sebagai "ketiadaan' menjadi sesuatu yang bernilai. Kondisi ini sekaligus menunjukkan bagaimana praktik bisnis dapat berjalan secara lebih efisien, dengan meminimalkan elemen produksi, namun tetap mampu menciptakan daya tarik dan nilai ekonomi bagi konsumen.

Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Antologi Space tidak hanya berfungsi sebagai ruang konsumsi, tetapi juga sebagai representasi dari bagaimana kapitalisme kontemporer bekerja melalui komodifikasi pengalaman ruang, termasuk keheningan, sebagai bagian dari strategi diferensiasi dan efisiensi dalam industri kafe.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan dalam proses pelaksanaanya. Penelitian hanya berfokus pada satu objek, yaitu Antologi Space Yogyakarta, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan pengalaman ruang hening pada konteks ruang atau kafe lain dengan karakteristik yang berbeda.

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi kritis dan etnografi sensoris yang menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengamatan dan interpretasi data. Proses observasi dilakukan secara berulang untuk memahami suasana ruang, perilaku pengunjung, dan pengalaman sensoris yang muncul di Antologi Space, sehingga membutuhkan waktu serta kepekaan peneliti terhadap atmosfer dan sensoris, khususnya keheningan. Di sisi lain, kajian mengenai pengalaman sensoris dan keheningan dalam studi komunikasi masih relatif terbatas, sehingga referensi akademik yang membahas tema serupa belum banyak ditemukan.

Penelitian ini juga lebih banyak berfokus pada pengalaman pengunjung dalam memaknai ruang hening, sehingga perpsektif pengelola maupun perancang ruang belum dapat digali secara optimal karena keterbatasan akses selama proses penelitian. Hal tersebut membuat analisis mengenai produksi ruang lebih dominan dilihat dari sisi pengguna ruang dibandingkan dari pihak yang memproduksi dan mengelola ruang tersebut.

C. Saran/Rekomendasi Akademik

Penelitian mengenai ruang dalam kajian komunikasi diharapkan dapat terus dikembangkan, khususnya penelitian yang melihat ruang tidak hanya sebagai tempat fisik, tetapi juga sebagai ruang yang diproduksi melalui pengalaman sosial, sensoris, dan budaya konsumsi. Kajian mengenai atmosfer ruang, keheningan, maupun pengalaman afektif dalam ruang sosial masih memiliki peluang yang luas untuk diteliti lebih lanjut dalam konteks komunikasi kontemporer.

Selain itu, penggunaan etnografi sensoris dalam penelitian komunikasi juga diharapkan dapat semakin banyak digunakan dan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Pendekatan ini dapat membuka pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana individu merasakan, mengalami, dan memaknai suatu ruang melalui sensoris yang sering kali luput dari perhatian penelitian komunikasi pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotion.* Routledge.

Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory: Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research Inc., Vol. 31*(No. 4), 868-882.

C. J. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed.* PT Pustaka Pelajar.

Creswell, J. W. (2012). *Educational Research : Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed ed.). MA: Pearson.

D. H. (2018, Oktober). Komunikasi Geografi. *Jurnal Komunikasi Vol. 10(No. 1), Vol. 13*(No. 1), 1-16.

Dhona, H. R., & Mahatattwo, G. (2021, Juli 1). Pangkalan Gojek: Ruang Produk Kapitalisme Digital. *Jurnal KOMUNIKATIF, Vol. 10*(No. 1), 1-15.

Fast, Karin; Jansson, André; Lindell, Johan; Bengtsson, Linda Ryan; Tesfahuney, Mekonnen. (2018). *Geomedia Studies: Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds.* Routledge, Taylor & Francis Group.

Fuchs, C. (2018). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space and the Critical Theory of Communication. *Communication Theory*, 1-22.

Gedheasa, M. R. (2024). Sound in The Coffe Shops: Produksi Makna Ruang Sosial di Kedai Kopi Sleman. *Skripsi*.

H. S. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn Coffe dan Store Kota Palembang. *Skripsi; Palembang; Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Tridinanti*.

Hardiani, A. N., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, F. E., & et al. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.

Hardiyanti, N. Y., & Puspa, R. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi, Volume 01 Nomor 02*. From https://e-journal.unair.ac.id/Medkom

Ikhsan, K. (2025, Januari 13). *Ngerjain Tugas di Cafe: Efektif atau Cuma Ikut Tren?* From kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/ikhsan010900/678537c9c925c43b183e2e63/belajar-dan-ngerjain-tugas-di-cafe-efektif-atau-cuma-ikut-tren

Imarasari, N. (2024, November 23). *Yogyakarta dari Kota Budaya menjadi Surga Kopi, Fenomena dan Potensinya.* From kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/nisrinaimr/6741b30cc925c45333781633/yogyakarta-dari-kota-budaya-menjadi-surga-kopi-fenomena-dan-potensinya

Koentjaraningrat. (1977). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat.* Jakarta Pusat: PT Gramedia .

Lefebvre, H. (2007 [1991]). *The Production of Space.* (D. Nicholson-Smith, Trans.) Wiley.

Lestari, T., Karsiningsih, E., & Bahtera, N. I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Generazi Z pada Kedai Kopi Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA), Vol. 7 No. 2*, 505-517.

Meliani, M., Yuwono, E. C., & Mardianto, B. (2015). Perancangan Visual Branding Kafe Madame Wang Secret Garden di Malang.

Mootalu, N., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2023, Januari). Analisis Lingkungan Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Cafe Kopilabs. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, JAMBURA : Volume 5, No. 3*, 1055-1063. From http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Nugroho, R., & Japarianto, E. (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffe Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA, Vol. 1 No. 2*, 1-9.

Nurhasanah. (2023, Maret). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Kafe yang Dikunjungi pada Masyarakat Sampit. *Jurnal Unda, Volume 4, No. 1*, 34-43.

Pink, S. (2009). *Doing Sensory Ethnography.* SAGE.

Pranajaya, A. R., & Warganegara, T. L. (2024). Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi dan Inovasi Terhadap Minat Beli di Bengkel Kopi Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA, Volume 8, No. 3*, 1153-1164.

Roziq, M. A., Suyatno, A., & Rahmawati, E. D. (2024, Juli). Analisis Dampak Live Music Dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta. *Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik, Volume 1, No. 3*, 333-347. From https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi

Sakdiyah, H., & Rohman, A. (2022, Desember). Strategi Bisnis Cafe dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi Pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kaffa, Volume 1, No. 4*, 1-22.

Setiawan, D., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2022, Januari). Strategi Pemasaran pada Cafe Van Ommen Coffe Shop Manado : Analisis SWOT. *Jurnal EMBA, Vol. 10 No. 1*, 1740-1748.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Alfabeta.

Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian.* Pustaka Pelajar.

LAMPIRAN 1

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur sehingga pertanyaan dapat berkembang sesuai situasi dan jawaban informan di lapangan. Berikut merupakan draft pertanyaan wawancara yang digunakan peneliti sebagai pedoman selama proses penelitian.

A. Pertanyaan untuk Pengunjung

1. Sudah berapa kali Anda berkunjung ke Antologi Space?
2. Dari mana Anda mengetahui Antologi Space?
3. Apa alasan Anda datang dan kembali lagi ke Antologi Space?
4. Aktivitas apa yang biasanya Anda lakukan selama berada di Antologi Space?
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai suasana atau ambience di Antologi Space?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai konsep kafe tanpa musik di Antologi Space?
7. Apakah suasana hening memengaruhi fokus, kenyamanan, atau pengalaman Anda selama berada di sini?
8. Bagaimana Anda melihat perilaku pengunjung lain di ruang yang hening ini?
9. Apakah Anda merasa perlu menjaga perilaku atau volume suara selama berada di Antologi Space?
10. Bagaimana pendapat Anda mengenai desain ruang, tata letak kursi, dan pencahayaan di Antologi Space?
11. Apakah suasana di Antologi Space membuat Anda betah untuk berlama-lama?
12. Menurut Anda, apa yang membedakan Antologi Space dengan kafe lain?

B. Pertanyaan untuk Barista/Pengelola

1. Sudaah berapa lama Anda bekerja di Antologi Space?
2. Bagaimana Anda memahami konsep ruang hening di Antologi Space?
3. Menurut Anda, suasana seperti apa yang ingin dibangun melalui konsep tanpa musik di Antologi Space?
4. Bagaimana respons pengunjung terhadap suasana hening di Antologi Space?
5. Apakah pengunjung memahami norma atau aturan tidak tertulis di ruang ini?

6. Bagaimana barista menjaga suasana dan kenyamanan ruang di Antologi Space?

7. Apakah pernah terjadi situasi yang mengganggu suasana hening? Bagaimana cara menanganinya?

8. Aktivitas apa yang paling sering dilakukan pengunjung di Antologi Space?

9. Apakah desain ruang dan tata letak diatur untuk mendukung suasana tertentu?

10. Seberapa penting suasana hening bagi identitas Antologi Space?

11. Apakah suasana hening memengaruhi loyalitas pengunjung?

12. Selain konsep hening, nilai atau konsep lain apa yang ingin dibangun Antologi Space?