

# KEDAI KOPI: KEPINTARAN KOPI DALAM MENCIPTAKAN RUANG DI KOTA MALANG

*by* Wiwiwk Dwi Susanti

---

**Submission date:** 17-Jul-2020 04:38AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1358369064

**File name:** 9.\_149-154\_Wiwik\_\_fairuz.pdf (1.09M)

**Word count:** 2931

**Character count:** 18560

---

## KEDAI KOPI: KEPINTARAN KOPI DALAM MENCIPTAKAN RUANG DI KOTA MALANG

---

### Wiwik Dwi Susanti

Lab Perancangan kawasan dan lingkungan binaan, Progd Arsitektur, UPN "Veteran" Jawa Timur  
e-mail: [wiwik2susanti@gmail.com](mailto:wiwik2susanti@gmail.com)

### Fairuz Mutia

Lab Perancangan kawasan dan lingkungan binaan, Progd Arsitektur, UPN "Veteran" Jawa Timur  
e-mail: [fairuz.mutia@gmail.com](mailto:fairuz.mutia@gmail.com)

### Dyan Agustini

Lab Perancangan kawasan dan lingkungan binaan, Progd Arsitektur, UPN "Veteran" Jawa Timur  
e-mail: [agustin.dyan@yahoo.co.id](mailto:agustin.dyan@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

"*Ngopi sek ben gak salah paham*" merupakan salah satu jargon andalan di masyarakat Jawa Timur. Dimana jargon tersebut merupakan ajakan untuk minum kopi di kedai kopi sambil *ngobrol* dan menikmati rokok selama berjam-jam. Sehingga terdapat pergeseran makna dalam menikmati kopi. Kopi tidak lagi sebagai minuman pelengkap yang hanya bisa dinikmati di rumah, tetapi kopi menjadi pusat dalam menghadirkan suatu ruang dan sebagai wujud keseharian kaum pinggiran dan kaum urban. Dalam perkembangan kedai kopi tidak lagi identik dengan bangunan masif tetapi lebih kepada konsep berkumpul (sosialisasi). Manusia dengan sendirinya akan menghadirkan ruang ketika menikmati kopi. Sehingga banyak ditemukan kepintaran kopi dalam menciptakan ruang dengan keberagaman langgam. Penelitian ini berusaha untuk mengupas kepintaran kedai kopi dalam menciptakan ruang melalui pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian adalah adanya ruang yang diciptakan oleh kopi yaitu ruang budaya, ruang arsitektural, ruang imajinatif dan ruang digital.

**KATA KUNCI:** kedai kopi, ruang budaya, ruang arsitektural, ruang imajinatif, ruang digital

---

### PENDAHULUAN

Kedai kopi dapat dengan mudah ditemukan di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia. Kedai kopi dijadikan masyarakat sebagai ruang untuk berbagai hal. Secara historis, warung kopi sudah terkenal sebagai tempat diskusi intelektual, debat politik, dan kebebasan ekspresi sosial (Tucker, 2011). Aktivitas minum kopi di kedai kopi menjadi hal yang biasa dan banyak dilakukan masyarakat. Kaum milenial saat ini menjadikan kopi sebagai tempat berkumpul mereka bisa sejenak melepaskan diri dari tuntutan kehidupan sehari-hari dan kelelahan karena rutinitas bekerja. Di Malang, tempat *ngopi* pun menjamur, mulai dari kelas warkop dengan kopi tubruk sebagai andalan, hingga *coffee shop* yang menyajikan kopi dengan racikan modern. Salah satu bentuk kepedulian masyarakat pecinta kopi di Kota Malang adalah dengan membuat Malang Sejuta Kopi, yaitu salah satu upaya untuk menjadikan Kota Malang sebagai destinasi wisata kopi.

Kopi sebagai salah satu minuman yang unik dengan berbagai macam varian dalam penyajiannya memberikan ruang bagi arsitektur untuk hadir. Setiap harinya manusia mengalami ruang melalui indra yang dimilikinya. Di sinilah arsitektur memiliki keterkaitan yang kuat dengan persepsi manusia terhadap ruang di sekitarnya. Tidak heran jika dalam perkembangan kedai kopi di Kota Malang mengalami keberagaman

perkembangan yang luar biasa. Arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai wadah dalam menikmati kopi tetapi juga sebagai simbol dan citra dari gaya hidup kekinian kaum *milenial* pada saat ini. Dengan arsitektur penikmat kopi dapat merasakan nikmatnya sensasi pahit manis secangkir kopi. Sehingga tidaklah heran jika pergeseran makna ruang dalam menikmati secangkir kopi banyak ditemukan pada kedai-kedai kopi yang baru. Kopi menjadi *trigger* baru dalam menciptakan ruang bagi beberapa komunitas. Jargon-jargon yang bermunculan seperti "*ngopi sek ben gak salah paham*", "*ngopi sek ben gak edan*" merupakan upaya untuk mengajak individu memasuki ruang imajinatif. Berdasarkan uraian tersebut maka kopi pada saat ini tidak hanya sebagai minuman pelengkap tetapi dia mampu menjadi titik awal dalam menciptakan sebuah ruang. Sehingga pada penelitian ini berusaha untuk dapat mendeskripsikan bagaimana kopi dalam menciptakan ruang.

### Ruang Arsitektur

Ruang menurut Immanuel Kant bukanlah sesuatu yang obyektif atau nyata tetapi merupakan sesuatu yang subyektif sebagai hasil pikiran dan perasaan manusia. Ruang merupakan suatu ide apriori, bukan suatu obyek empirik, yang dihasilkan dari pengalaman-pengalaman eksterior (Surasetja, 2007). Ruang menurut Josef Prijotomo adalah bagian dari bangunan yang berupa rongga, sela yang terletak di

antara dua obyek dan alam terbuka yang mengelilingi dan melingkup kita. Bukan saja obyek *tangible*, namun *intangible* atau ragawi, yang tidak terlihat namun dapat dirasakan oleh pendengaran, penciuman dan perabaan (Surasetja, 2007).

Dengan demikian ruang tidak lagi identik dengan dinding masif melainkan lebih ditekankan pada aktivitas dalam membentuk ruang. Sama hanya dengan kedai kopi. Konsep kedai *on the go* merupakan salah satu perwujudan ruang yang ditekankan pada aspek *intangible* daripada *tangible*.

### Ruang Budaya

Arsitektur merupakan salah satu produk budaya. Arsitektur bersifat dinamis sehingga perubahan yang terjadi di dalam kebudayaan akan berpengaruh terhadap arsitektur. Sama halnya dengan arsitektur, manusia juga makhluk yang dinamis sehingga arsitektur sebagai produk budaya yang dihasilkan oleh manusia juga selalu dinamis. Kebudayaan merupakan bagian dari kehidupan, pandangan hidup, sikap, cara hidup dan hasil kehidupan manusia. Karena itu maka kebudayaan tidak bersifat statis dan kaku. Kebudayaan akan selalu berubah.

Kehidupan warga merupakan kehidupan yang akan memberikan warna pada status kota itu sendiri. Jika banyak ruang publik yang menjadi ruang ekspresi bagi warganya, maka kota itu akan menyandang gelar sebagai kota yang *attractive* dan berbudaya. Selama, ini yang harus dicatat, memang masih sejalan dengan *culture* kehidupan warga setempat (Malik, 2018).

Simpulan dari uraian tersebut bahwa ruang budaya yaitu ruang dimana budaya itu berkembang sesuai dengan potensi dari masing-masing budaya. Tetapi disisi lain tidak semua budaya boleh atau bisa berkembang di suatu tempat. Apalagi jika budaya itu tidak sejalan dengan budaya asli daerah setempat. Kedai kopi merupakan wujud dari ruang budaya, dimana kedai kopi sudah berubah menjadi ruang publik, sehingga budaya dapat berkembang dengan cepat karena interaksi yang terjadi antara individu.

### Ruang imajinatif

Imajinasi adalah daya pikir untuk membayangkan (dalam angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dan sebagainya) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang secara umum. Istilah ini secara teknis dipakai dalam psikologi sebagai proses membangun kembali persepsi dari suatu benda yang terlebih dahulu diberi persepsi pengertian.

Ruang imajinatif adalah ruang angan-angan yang masih direncanakan. Kualitas fisik ruang imajinatif disesuaikan dengan persepsi yang berbeda-beda setiap individu.

### Ruang digital

Era digital adalah masa dimana semua manusia dapat saling berkomunikasi sedemikian dekat 3) maupun saling berjauhan. Era digital terlahir dengan kemunculan digital, jaringan internet khususnya 5) knologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet (Setiawan, 2017). Era digital ini akhirnya melahirkan ruang digital, dimana ruang digital ini sama dengan ruang publik semua individu memiliki akses secara bebas untuk masuk ke dalam ruang tersebut. Individu dengan mudah mengungkapkan aspirasinya dengan media massa seperti koran atau sosial media (Hasanah, 2017).

Ruang digital sama halnya dengan kedai kopi sebagai ruang publik. Tetapi yang membedakan yaitu ruang digital hanya bisa diakses melalui teknologi.

### METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian terbagi menjadi dua yaitu pendekatan teoritik dan pendekatan metodologi. Pendekatan teoritik yaitu kajian terhadap teori yang berhubungan dengan penelitian yaitu untuk mengetahui karakter ruang yang tercipta oleh kopi. Sedangkan pendekatan metodologi menggunakan jenis penelitian eksploratif dengan menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif). Penelitian eksploratif adalah salah satu jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan 6) dalam penelitian (Hermawan, 2006). Sedangkan *mixed method* yaitu merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan kuantitatif.

### PEMBAHASAN

#### Kopi Membentuk Ruang Budaya

Kemunculan kedai-kedai kopi merek luar yang sudah memiliki nama besar berdampak pada budaya *ngopi* yang ada di Malang. Awalnya kopi hanya dinilai sebagai minuman pelengkap makanan tetapi sekarang dalam menikmatinya, dicapai tidak hanya dari sekedar rasa namun juga pengalaman. Bukan hanya meminum, namun juga proses pembuatannya. Pengalaman menikmati kopi menjadi nilai penting, sehingga akan lebih nikmat jika diminum di kedai kopi, daripada kebiasaan *ngopi* di rumah. Aspek inilah yang membuat kopi kemudian diasosiasikan dengan aktivitas sosial.

Di Kota Malang kedai kopi identik dengan tempat berkumpul dan bersosialisasi. Kaum *milenial* menganggap bahwa kedai kopi sebagai ruang yang sangat representatif untuk memfasilitasi kegiatan mereka. Aktivitas sosial yang dilakukan di dalamnya

menjadi aktivitas yang dinamis dan memiliki makna serta pesan tersendiri bagi pelakunya. Kedai kopi muncul sebagai fasilitas yang dapat menampung terciptanya ide yang inspiratif dan kreatif dari masyarakatnya. Kedai kopi juga menjadi ruang-ruang publik bagi masyarakat untuk dapat berkumpul dan meraih tujuannya.

Ruang budaya pada kedai kopi merupakan perwujudan budaya *ngopi* di Kota Malang. Ruang ini muncul menjawab kebutuhan akan budaya baru dalam menikmati segelas kopi. Bersosialisasi menjadi kunci penting dalam menikmati kopi. Di kota Malang keberadaan kedai kopi mudah ditemui, karena setiap sudut jalan terdapat kedai kopi. Selain proses menikmati kopi, desain dari kedai kopi yang beragam juga merupakan perwujudan budaya. Setiap kedai berusaha untuk menunjukkan identitasnya (lihat Gambar 1), sehingga memudahkan pembeli untuk mengidentifikasi ruang arsitekturnya.



**Gambar 1.** Starbucks merupakan salah satu gerai kopi yang menjadik pioner kedai kopi di Indonesia.

Sumber : <http://shiftindonesia.com/starbucks-when-coffee-meets-lifestyle/>, diakses Januari 2020

Selanjutnya terjadi pergeseran makna ruang yang terjadi yaitu ruang menikmati kopi pada saat ini tidak lagi identik dengan bangunan yang masif tetapi lebih pada ruang nyaman untuk bersosialisasi. Seiring dengan pernyataan oleh Immanuel Kant tentang ruang. Ruang bukanlah sesuatu yang obyektif atau nyata, namun merupakan sesuatu yang subyektif sebagai hasil pikiran dan perasaan manusia. Ruang merupakan suatu ide apriori, bukan suatu obyek empirik, yang dihasilkan dari pengalaman-pengalaman eksterior. Pergeseran makna ruang untuk *ngopi* dipengaruhi oleh kebutuhan akan ruang *ngopi* sudah tidak lagi ditekankan pada suasana yang formal dan kaku, melainkan pada suasana ruang yang alami. Pergeseran makna ruang dan kemunculan kedai kopi yang beraneka rupa merupakan hasil dari proses asimilasi budaya yang berkembang pada saat ini. Gambar 2 menunjukkan salah satu kedai kopi *on the go* Malang, di mana ruang tidak lagi harus terbatas oleh dinding masif, melainkan ruang adalah sesuatu yang fleksibel.



**Gambar 2.** Kedai kopi *on the go*, dimana ruang lebih fleksibel tanpa harus diberi dinding masif  
Sumber: <https://go-kopi.business.site/>, diakses Januari 2020

### Kopi Membentuk Ruang Arsitektural

Di kedai kopi semua individu memiliki tujuan yang sama yaitu komunikasi dan proses tukar informasi. Ketika berada di kedai kopi maka kedudukan mereka sebagai individu yang bebas. Individu merasa nyaman di tempat ini karena mampu mengurangi tekanan yang dipikulnya melalui suasana yang ditawarkan yang membuat proses komunikasi menjadi lebih kondusif. Kedai kopi ternyata mampu menunjukkan bahwa kesetaraan di berbagai lapisan masyarakat dapat terpenuhi dan dapat memberikan kebebasan individu untuk berekspresi dalam komunikasi (Khamdani, 2014).

Ruang arsitektur yang tercipta menjadi bagian penting dalam proses menikmati kopi. Di Kota Malang terdapat tiga jenis kedai kopi yang setiap jenisnya memiliki karakter yang berbeda dalam mengolah ruangnya. Ketiga jenis tersebut yaitu:

#### 1. Kedai kopi tematik

Jenis kedai kopi tematik biasanya berada pada pusat perbelanjaan, kawasan perkantoran dan kampus. Sesuai dengan jenisnya kedai kopi tematik ini pada umumnya menilai bahwa desain arsitektural itu menjadi *point* penting. Bergesernya fungsi kedai kopi menjadi ruang publik didasarkan atas kondisi masyarakat yang membutuhkan suatu wadah atau tempat yang dapat menciptakan kondisi santai dan kondusif saat berinteraksi. Kedai kopi menjadi tempat komunikasi efektif untuk berdiskusi, wawancara, observasi penelitian, berpendapat, hingga dialog. Ruang publik sengaja didesain sesuai dengan karakter yang akan disampaikan. Tema yang dimunculkan pada jenis kedai ini yaitu *modern*, *vintage*, *rustic*, tradisional, industrial, *secret garden* dan sebagainya. Ruang publik pada kedai kopi menjadi bagian penting dalam perwujudan tema tersebut. Beberapa kedai kopi tematik dapat dilihat pada Gambar 3.

#### 2. Kedai kopi (warung kopi)

Kedai kopi jenis ini juga semarak di Kota Malang khususnya pada kawasan kampus pada sekitar awal tahun 2000-an. Pada umumnya jenis kopi yang dijual

relatif sederhana karena didominasi dengan penggunaan kopi *sachet*. Kopi dibandrol dengan harga yang relatif murah sehingga desain arsitektural yang ditawarkan sangat sederhana bahkan ditekankan pada aspek fungsi daripada estetika. Desain ruang dalam dibuat terbuka karena biasanya menggunakan penghawaan alami. Karakter warung kopi masih tetap dipertahankan kesederhanaan dengan konsep yang terbuka menjadi bagian dari konsep warung kopi (Gambar 4).



Gambar 3. Kedai Tematik di Kota Malang (*secret garden* (atas) dan *homey* (bawah))

Sumber: <https://thedisplay.net/2019/03/19/kedai-pok-ami-ami-malang-review/>, diakses Januari 2020



Gambar 4. Warung kopi

Sumber: <https://cafezone.wordpress.com/2014/11/18/warung-kopi-pring-di-malang/>, diakses Januari 2020

### 3. Kedai kopi *on the go*

Kedai kopi jenis ini muncul pada akhir tahun 2018-an. Dimana kemunculannya ternyata mendapat tempat di Kota Malang, sehingga pada saat ini kedai kopi menjamur dimana-mana. Bahkan disetiap sudut pusat kota dapat ditemui jenis kedai ini. Desain kedai kopi jenis ini sangat sederhana. Karena desain lebih dioptimalkan pada desain ruang *barista* (pembuat kopi). Sedangkan area minum kopi biasanya dibuat lebih terbuka dengan perabot yang relatif sederhana. Pembeli diberi kebebasan bagaimana cara menikmati kopi tanpa harus dibatasi dengan ruang masif. Bahkan pada beberapa kedai kopi pembeli hanya diberikan tempat duduk saja, selanjutnya pembeli dibebaskan untuk menentukan orientasinya. Ruang lebih bersifat imajiner tidak ada batasan fisik yang membatasinya (Gambar 5).

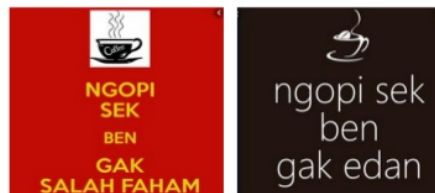


Gambar 5. Kedai kopi *on the go*

Sumber: <https://pesen-kopi-kendalsari.business.site/>, diakses Januari 2020

### Kopi Menciptakan Ruang Imajinatif

Kopi juga dicitrakan sebagai simbol pergaulan. sehingga muncul bermacam - macam ungkapan yang menggunakan kata kopi. Sebut saja untuk menunjuk orang yang kurang dengan sebutan '*kurang ngopi*'. Atau beberapa jargon yang lain *ngopi sek ben gak salah paham*, Berdasarkan jargon tersebut menunjukkan bahwa kopi tidak hanya sebagai minuman tetapi memiliki sisi lain yang istimewa sehingga dalam berbagai permasalahan kehidupan diselesaikan dengan meminum kopi. Berdasarkan jargon tersebut, individu diajak untuk memasuki sisi emosional (persepsi) dalam membayangkan ruang.



Gambar 6. Jargon ngopi

Sumber: <https://www.keepcalmandposters.com/poster/>, diakses Januari 2020

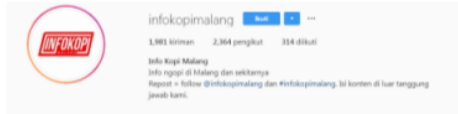
2

Ruang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia baik secara psikologis emosional (persepsi), maupun dimensional. Manusia berada dalam ruang, bergerak serta menghayati, berfikir dan juga menciptakan ruang untuk menyatakan bentuk dunianya.

Arsitektur sudah memasuki ranah tersebut, tidak hanya berhubungan dengan batasan fisik yang terlihat oleh mata, tetapi juga dunia persepsi. Ruang bukanlah suatu obyektif atau nyata merupakan sesuatu yang subyektif sebagai hasil pikiran dan perasaan manusia. Kualitas ruang yang terbentuk yaitu ruang dengan jarak intim menggunakan konsep sosiopetal. Desain ruang relatif berbeda-beda sesuai dengan kondisi ideal menurut individunya.

### Kopi Menciptakan Ruang Digital

Ruang digital pada saat ini sudah menjadi bagian penting dalam keseharian terutama kaum *milenial*. Media sosial sebagai bagian dari ruang digital bisa memberikan informasi utama tentang cara menikmati segelas kopi. Ruang digital ini terjadi ketika banyak orang *posting* dan cerita di media sosial tentang kopi dan *nongkrong* di kafe. Sehingga membuat banyak *milenial* pengguna media sosial tertarik untuk mengikuti atau setidaknya mencoba tren tersebut.



Gambar 7. Ruang digital  
Sumber: Instagram, 2020

Selain itu ruang digital identik dengan ruang komunitas yang mempertemukan penikmat kopi dalam berbagi pengalaman menikmati kopi. Komunitas inilah yang akhirnya menjadikan ruang digital sebagai perwujudan ruang publik dalam mereka berinteraksi. Di Kota Malang terdapat beberapa komunitas dimana setiap kegiatan dan juga diskusi dilakukan di dalam ruang digital ketika mereka tidak mampu saling bertatap muka. Ruang terbentuk karena terdapat obrolan atau diskusi sesama komunitas.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa maka dapat disimpulkan bahwa kopi dapat menciptakan 4 jenis ruang yaitu :

#### 1. Ruang budaya

Ruang budaya muncul merupakan bagian dari gaya hidup kaum *milenial* pada saat ini yaitu budaya *ngopi*. Gaya hidup kaum milenial yang identik dengan kopi menjadikan kopi sebagai titik awal terbentuk ruang interaksi. Kedai kopi sebagai wadahnya identik dengan kegiatan berkumpul, berinteraksi berinovasi dan hiburan. Perkembangan kopi yang begitu pesat (dilihat dari aspek penyajian, menikmati dan variannya) juga mempengaruhi kualitas ruang publiknya. Pergeseran makna ruang tersebut juga dipengaruhi oleh budaya *ngopi* yang juga mengalami pergeseran. Kedai kopi tidak lagi identik dengan ruang yang formal dibatasi dengan dinding masif, tetapi pada saat ini lebih fleksibel (bebas dalam menentukan orientasinya)

#### 2. Ruang Arsitektural

Ruang arsitektural muncul merupakan jawaban dari keberagaman karakter yang ingin ditonjolkan

oleh kedai kopi. Kedai kopi berubah menjadi ruang publik yang dapat diakses oleh setiap individu secara bebas. Kesetaraan menjadi kunci penting dalam prinsip desain kedai kopi. Keberagaman tersebut mempengaruhi karakter arsitektural yang ada, di Kota Malang terdapat 3 jenis kedai kopi yaitu: Kedai kopi tematik, warung kopi dan kedai kopi *on the go*.

#### 3. Ruang Imajinatif

"*Ngopi sek ben gak salah paham*" merupakan salah satu jargon yang menunjukkan bahwa kopi sebagai salah satu langkah solutif bagi individu yang sedang menghadapi masalah. Individu digiring untuk mempersepsikan kualitas ruang yang akan dimanfaatkan untuk minum kopi. Langkah solutif tersebut dapat terwujud jika dilakukan kegiatan berkumpul dan berdiskusi untuk menyelesaikan masalah di kedai kopi.

#### 4. Ruang Digital

Sosial media banyak berperan dalam terbentuknya ruang digital. Segala macam jenis informasi suatu komunitas disampaikan dalam ruang digital. Diskusi yang terjadi dalam ruang digital antara komunitas menjadikan ruang digital sebagai ruang publik. Kondisi tersebut hampir sama dengan kondisi pada kedai kopi yang memang ditekankan pada fungsi interaksi dan bersosialisasi.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Program Studi Arsitektur Fakultas Arsitektur dan Desain UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan bantuan sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik

### DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, Arum Nur. (2017). Transformasi Gerakan Sosial Di Ruang Digital, Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta, Jurnal Pendidikan Sosiologi
- Hermawan, Asep. (2006). Penelitian Bisnis-Paradigma Kuantitatif. Jakarta: PT.Grasindo
- Khamdani, D. Fajar. (2014). Tema Sosial yang Didialogkan oleh Komunitas "Ngopi" di Warung Kopi Sarijan Malang. Universitas Negeri Malang
- Malik, Ida Bagus Ilham. (2018). Ruang Kota Sebagai Ruang Budaya, Mahasiswa S3 Urban Planning di Kitakyushu University, Jepang; Direktur Eksekutif Center for Urban and Regional Studies
- Setiawan, Wawan. (2017). Era Digital dan Tantangannya, Universitas Pendidikan Indonesia, Seminar Nasional Pendidikan
- Slamet Budi Utomo. (2011). Gaya Hidup Masyarakat

Bahari Dalam Perspektif Arsitektur Rumah  
Tinggal Studi Kasus: Rumah Tinggal Masyarakat  
Bahari Di Desa Ara Dan Bira, Seminar Nasional  
Life Style And Architecture (Scan#2:2011)

7 Antropologi Dan Arsitektur  
Surasetja, Irawan. (2007). Fungsi, Ruang, Bentuk Dan  
Ekspresi Dalam Arsitektur, Hand-out Mata  
Kuliah Pengantar Arsitektur – TA 110  
Tucker, Catherine M. (2011). Coffee Culture:Local

Experiences, Global Connections. New York:  
Routledge

# KEDAI KOPI: KEPINTARAN KOPI DALAM MENCIPTAKAN RUANG DI KOTA MALANG

## ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

- 1 Sophia Ratna Haryati. "KAJIAN DESAIN EMBUNG DI TEPIAN KOTA YANG MENGARAH PADA PENGEMBANGAN EKOWISATA BERBASIS EKONOMI KREATIF", Jurnal Arsitektur dan Perencanaan (JUARA), 2018  
Publication 1%
- 2 Nadia Astriani. "IMPLIKASI KEBIJAKAN RUANG TERBUKA HIJAU DALAM PENATAAN RUANG DI JAWA BARAT", FIAT JUSTISIA, 2015  
Publication 1%
- 3 Latifah Wahyuni. "Eksistensi Pustakawan Sekolah Di Era Digital", Pustabiblia: Journal of Library and Information Science, 2019  
Publication 1%
- 4 HASAN BASRI. "PEMODELAN REGRESI BERGANDA UNTUK DATA DALAM STUDI KECERDASAN EMOSIONAL", DIDAKTIKA : Jurnal Kependidikan, 2019 1%



5

Ana Kuswanti, Selly Oktarina. "Pemanfaatan Media Informasi di Era Digital bagi Kemandirian Ibu Rumah Tangga", Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development, 2019

Publication

---

1%

6

Sri Srinurmahningsi, Jardie A Andaki, Adnan Wantasen. "Diversification of business and its implications for the welfare of traditional fishermen community in Uso Village, Batui District, Luwuk Banggai, Central Sulawesi Province", AQUATIC SCIENCE & MANAGEMENT, 2019

Publication

---

<1%

7

Bondan Prihastomo. "PERGESERAN PARADIGMA DAN PERSEPSI KARYA ARSITEKTUR BAGI ARSITEK DI ERA INFORMASI", Jurnal Arsitektur dan Perencanaan (JUARA), 2018

Publication

---

<1%

8

Akhmad Kamaluddin, Gunardi Djoko Winarno, Bainah Sari Dewi. "Keanekaragaman Jenis Avifauna di Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas", Jurnal Sylva Lestari, 2019

Publication

---

<1%

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off