

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Warung kopi merupakan salah satu fenomena yang bermunculan di kota-kota besar salah satunya di Kota Kediri. Warung kopi saat ini ada yang masih tradisional akan tetapi ada juga yang sudah modern karena berbasis *free wifi*. Keberadaan warung kopi banyak bermunculan mulai dari tempat-tempat strategis sampai tempat yang tersembunyi. Warung kopi merupakan usaha yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok yang berdampak pada interaksi sosial. Berbagai aktivitas masyarakat dapat ditemukan di warung kopi mulai dari yang merenung seorang diri, ngobrol santai dengan temannya, sampai yang terlihat berdiskusi serius dalam satu kelompok.

Maraknya warung kopi membuat kompetisi di antara pemilik warung kopi semakin tinggi, ini membuat para pemilik warung kopi berlomba-lomba mendesain semenarik mungkin meskipun ada beberapa warung kopi yang tetap tampil apa adanya namun memiliki pelanggan setia karena memiliki kelebihan-kelebihan tertentu. Dari sudut pandang arsitektur, banyak desain inovatif yang diperkenalkan melalui pembangunan warung kopi baru, yang umumnya menjadi salah satu daya tarik pertama namun yang selanjutnya menentukan kesinambungan hidup warung kopi tersebut adalah penerimaan sosial dari masyarakat disekitarnya, dan karena masyarakat adalah sekumpulan pribadi-pribadi yang selalu berubah secara dinamis, nampaknya mereka (para pelaku

bisnis warung kopi) perlu juga mempelajari elemen-elemen sosial dari masyarakatnya sehingga selalu dapat sesuai dengan perkembangan dinamika masyarakatnya.¹

Dengan semakin berkembang pesatnya teknologi saat ini menuntut para pemilik warung kopi untuk berinovasi dengan mendirikan warung kopi modern yaitu berbasis *free wifi* agar pengunjung warung kopi lebih ramai. Kebiasaan minum kopi dan menghabiskan waktu di warung kopi sambil menikmati fasilitas yang disediakan seolah menjadi gaya hidup bagi tiap kalangan dan generasi. Selain itu melihat kebiasaan masyarakat yang suka minum kopi dan berkumpul bersama teman-temannya, pengusaha warung kopi terus mengembangkan produknya. Produk kopi mereka dimodifikasi dengan berbagai cara agar mampu memenuhi selera konsumennya. Tidak berhenti disitu saja, pengusaha kopi mulai memasukkan daftar menu lain untuk konsumen yang tidak bisa minum kopi. Menu tersebut ialah varian seperti coklat, teh, susu, jus, dan makanan lainnya, dengan mematok harga minuman mulai dari Rp. 3000-Rp. 7000 dan untuk harga makanan ringan dan makanan pokok atau mi instan di patok harga mulai Rp. 1.000- Rp. 10.000.

Warung kopi juga tempat yang mudah dijumpai di sekitar IAIN Kediri. Kebiasaan minum kopi dan menghabiskan waktu di warung kopi sambil menikmati fasilitas yang disediakan merupakan gaya hidup bagi mahasiswa saat ini. Sejumlah penelitian di belahan dunia bahkan melihat fenomena warung kopi ini sebagai “tempat ketiga” setelah rumah dan kantor, sebagai sebuah institusi

¹ Irwanti Sa'id, *Warung kopi dan gaya hidup modern*, (Jurnal Al-Khitabah, Vol. III, No. 1, Juni 2017 : 33 – 47)

yang memungkinkan interaksi sosial terjadi di dalamnya.² Jika ditelisik lebih dalam warung kopi merupakan tempat ketiga bagi mahasiswa setelah kampus dan kos.

Mahasiswa IAIN Kediri saat ini tidak lagi memandang warung kopi hanya sebagai tempat minum kopi seperti biasanya tetapi juga sebagai tempat berdiskusi secara terbuka, bertukar pikiran, membahas tentang berbagai macam permasalahan dan persoalan yang ada disekitarnya, bahkan ada juga yang hanya *ngopi* untuk mengerjakan tugas.

Dalam konteks ruang publik Jurgen Habermas, warung kopi merupakan bentuk nyata dari keberadaan ruang publik karena menurut Habermas ruang publik merupakan suatu ruang yang tidak mengisyaratkan sebagai ruang yang sekedar bersifat fisik, tetapi juga bebas, terbuka, transparan, serta tidak terdapat intervensi di dalamnya. Dari ruang publik dapat terhimpun solidaritas masyarakat atau warga dalam memikul realitas postmodernisme dan mesin politik pasar. Habermas membangun ruang publik sebagai media komunikasi antar warga untuk membangun realitasnya sendiri.³ Dalam hal ini masyarakat khususnya mahasiswa dapat membangun realitas secara mandiri melalui warung kopi yang dijadikan sebagai ruang publik.

Eksistensi warung kopi sebagai ruang publik yang digunakan sebagai forum diskusi mahasiswa dapat berimplikasi pada pengembangan keilmuan yang bisa memperkaya wacana sekaligus meningkatkan prestasi akademik mahasiswa.

² Novitayani, *Warung Kopi sebagai Sarana Komunikasi dan Sumber Informasi Profesi Wartawan*. Tesis. 2014. Hlm 5.

³Herman Arisandi, *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi dari klasik sampai Modern*. (Yogyakarta: Divapress, 2015), hlm 212.

Di samping itu juga dapat menumbuhkan kesadaran kritis mahasiswa terhadap berbagai masalah sosial yang ada sehingga mampu melahirkan kepekaan dan solidaritas sosial. Bagi mahasiswa budaya diskusi bukan hanya kebutuhan tetapi tuntutan karena hanya dalam iklim budaya diskusi yang baik kemampuan mahasiswa dalam berdialektika dapat senantiasa ditingkatkan.

Budaya diskusi juga merupakan modal sosial. Tesis sentral modal sosial dapat diringkas dalam dua kata : soal hubungan. Dengan membangun hubungan dengan sesama, dan menjaganya agar terus berlangsung sepanjang waktu, orang mampu bekerja bersama-sama untuk mencapai berbagai hal yang tidak dapat mereka lakukan sendirian, atau yang dapat mereka capai tapi dengan susah payah. Orang berhubungan melalui serangkaian jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lain dalam jaringan tersebut; sejauh jejaring tersebut menjadi sumber daya, dia dapat dipandang sebagai modal. Selain bisa memberikan manfaat langsung, modal-modal ini seringkali bisa dimanfaatkan dalam latar yang lain. Jadi, secara umum, ini berarti bahwa semakin banyak anda mengenal orang, dan semakin banyak anda memiliki kesamaan cara pandang dengan mereka, maka semakin kaya modal sosial anda.⁴

Budaya diskusi sebagai modal sosial dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menjalin kebersamaan sekaligus berjejaring dengan sesama mahasiswa maupun pihak lain yang dapat menunjang eksistensinya seperti dengan kalangan dosen. Pun dengan mahasiswa antar jurusan jika memiliki saling kecocokan secara pandangan maka dapat menjadi modal sosial bagi mahasiswa tersebut.

⁴Jhon field, *Modal Sosial*, (Bantul: Kreasi Wacana) 2010, hlm 1.

Kebersamaan dan jaringan yang tercipta sebagai modal sosial juga dapat mempermudah mahasiswa dalam mencapai tujuannya.

Dalam hal ini peneliti mengambil beberapa sampel warung kopi yang berada di sekitar IAIN Kediri yang cenderung memiliki beberapa karakteristik ruang publik. Diantaranya yaitu Warung Pak Kulit, Warung Hamid dan Warung Green, dari ketiga warung kopi tersebut desain yang ditawarkan para pemilik usaha warung kopi pun sangat mendukung untuk dijadikan sebagai ruang publik mulai dari segi tempat duduk yang lebih merakyat yaitu menggunakan sistem tempat duduk lesehan, dengan meja persegi panjang namun ada juga yang memakai meja persegi yang agak luas. Sistem ini mereka gunakan untuk memungkinkan bagi pelangganya untuk menjadikan warung kopi sebagai tempat berkumpul *rame-rame*.

Dari ketiga warung kopi yang menjadi sampel merupakan warung kopi sederhana yang mengusung tema klasik akan tetapi dengan penambahan fasilitas *free wifi*. Penambahan fasilitas *free wifi* inidengan alasan karena sasaran konsumennya adalah anak-anak muda. Harga yang ditawarkan dari ktiga warung kopi pun disesuaikan dengan kantong mahasiswa.

Dari latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana keberadaan warung kopi yang bersifat ruang publik dalam segi pemanfaatanya.

Dari latar belakang di atas penelitian ini mengambil judul **Interaksi Mahasiswa IAIN Kediri di Ruang Publik (Studi Kasus Interaksi di Warung Kopi Sekitar Kampus IAIN Kediri)**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah peran warung kopi sebagai ruang publik?
2. Bagaimanakah proses interaksi mahasiswa di warung kopisekitar kampus IAIN Kediri?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengkaji peran warung kopi sebagai ruang publik di sekitar IAIN Kediri.
 - b. Untuk melihat proses interaksi mahasiswa di warung kopi di sekitar kampus IAIN Kediri.
2. Manfaat penelitian
 - Secara Akademik
 - a) Bagi Peneliti sendiri sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana pemanfaatan ruang publik di warung kopi.
 - b) Penelitian ini di harapkan dapat berguna sebagai acuan referensi para pembaca khususnya Mahasiswa Sosiologi Agama.
 - Secara Praktis
 - a) Bagi peneliti sendiri diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu pada waktu kuliah.
 - b) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.

D. Telaah Pustaka

1. Jurnal Al-Khitabah, Vol. III, No. 1, Juni 2017 oleh Irwanti Said, Dosen Fakultas dakwah dan komunikasi dengan judul “*Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern*”.

Dengan hasil penelitian:

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif, teknik pengumpulan data menggunakan analisis dokumentasi dan dianalisis menggunakan analisis semiotika. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditemukan hasil bahwa, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami fenomena warung kopi dan gaya hidup masyarakat modern.⁵

2. Jurnal Paradigma Volume 03 Nomer 01 Tahun 2015 oleh: Mochamad Arif Affandi dan Benny Iskhak, mahasiswa Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya dengan judul *FENOMENA MAHASISWA NGOPI DI ANGKRINGAN 99*.

Dengan hasil penelitian:

Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, menggunakan teknik pengumpulan data, observasi, wawancara mendalam dan pengumpulan dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini ditemukan hasil penelitian bahwa, penelitian ini menunjukkan motif mahasiswa aktivis ngopi. Ngopi merupakan gaya hidup mahasiswa aktivis, sebelum memasuki dunia perkuliahan mereka sudah mengenal kopi dari lingkungan keluarganya. Mereka sering melihat anggota keluarganya (terutama ayah) yang sering

⁵Irwanti Said, *Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern*, Jurnal Al-Khitabah, Vol. III, No. 1, Juni 2017. Hlm 33.

meminum kopi, karena penasaran awalnya hanya mencoba setelah dirasa enak dan cocok mereka terus menerus melakukan kegiatan ngopi hingga menjadi gaya hidup mereka. Sedangkan motif yang melatar belakangi mahasiswa non-aktivis ngopi adalah dari ajakan teman.⁶

3. TEMU ILMIAH IPLBI 2016 ditulis oleh: Haryanto, Ria Wikantari, Afifah Harisah, dan Viktor Sampebulu, dengan judul *KEBERADAAN WARUNG KOPI SEBAGAI RUANG PUBLIK DI KOTA MAKASSAR*.

Dengan hasil penelitian:

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif fenomenologi dan metode pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Ditemukan hasil penelitian bahwa, Fokus dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi warung kopi dengan melihat sejauh mana keberadaannya menjadi ruang publik, pengamatan lapangan yang dilakukan warung kopi bersifat tradisional maupun modern.⁷

4. Jurnal teknik PWK Volume 2 NOMOR 1 2013 oleh Y Wiwik dan Rina Kurniati dengan judul: *KEGIATAN KOPI SEMAWIS PADA RUANG PUBLIK DI KAWASAN PECINAN SEMARANG*.

Dengan hasil penelitian:

Metode Penelitian kualitatif, dengan teknik analisis deskriptif kualitatif dan distribusi frekuensi. Ditemukan hasil penelitian bahwa penelitian ini bertujuan untuk peningkatan partisipasi masyarakat dan perbaikan

⁶Mochamad Arif Affandi dan Benny Iskhak, *FENOMENA MAHASISWA NGOPI DI ANGKRINGAN 99*. Jurnal Paradigma Volume 03 Nomer 01 Tahun 2015 hlm, 01.

⁷Haryanto(1), Ria Wikantari(1), Afifah Harisah(1), Viktor Sampebulu, *Keberadaan Warung Kopi sebagai Ruang Publik di Kota Makasar*. Temu Ilmiah IPLBI 2016. Hlm 053..

manajemen pelaksanaan kegiatan kopi semawis; perbaikan kondisi sarana prasarana; perbaikan dan penambahan elemen pendukung seperti papan penunjuk arah serta lampu jalan; pemaksimalan penggunaan ruang publik dikawasan Pecinan dengan melakukan pengaturan lalu lintas, penyediaan lahan parkir, penataan PKL dan pengoptimalan kawasan *waterfront*.⁸

5. Tesis, oleh Novitayani. Dengan judul: *Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Dan Sumber Informasi Bagi Profesi Wartawan*.

Dengan hasil penelitian:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung kopi sebagai realitas sosial dengan berbagai fasilitas yang disediakan dimaknai sebagai pusat informasi dan sarana komunikasi yang memadai bagi profesi wartawan. Keberadaan wartawan di warung kopi dilatarbelakangi oleh motif, pengalaman dan nilai sosial yang dimilikinya. Keberadaan para wartawan di warung-warung kopi dapat mendukung peran dan tugasnya sebagai pencari, pengumpul dan penyampai informasi publik, disamping sebagai perpanjangan tangan yang menghubungkan masyarakat akar rumput (*grassroot*) dengan pihak penguasa (pemerintah) sebagai bentuk demokratisasi publik. Warung kopi tidak hanya sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan akan konsumsi kopi, bersantai, mencari hiburan dan melepas lelah, namun telah menjadi sejenis ruang publik yang dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk

⁸ Y Wiwik dan Rina Kurniati, *KEGIATAN KOPI SEMAWIS PADA RUANG PUBLIK DI KAWASAN PECINAN SEMARANG*. Jurnal teknik PWK Volume 2 NOMOR 1 2013, hlm 21.

mendiskusikan permasalahan sosial kemasyarakatan secara bebas dan terbuka.⁹

Dari beberapa penelitian di atas, Peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan untuk dijadikan sebagai referensi dan gambaran penelitian yang akan datang. Dalam hal ini peneliti mengambil penelitian terdahulu dari beberapa jurnal yang membahas tentang warung kopi sebagai lokasi penelitiannya akan tetapi dari penelitian terdahulu hanya beberapa yang membahas mengenai pemanfaatan warung kopi sebagai ruang publik, dan yang menjadikan menarik dari penelitian ini yaitu peneliti ingin melihat bagaimana proses interaksi mahasiswa di warung kopi yang memiliki kriteria sebagai ruang publik.

⁹Novitayani, *Warung Kopi sebagai Sarana Komunikasi dan Sumber Informasi Profesi Wartawan*. Tesis. 2014. Hlm 04.