

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia merupakan makhluk sosial yang kebutuhan utama salah satunya yakni melakukan interaksi dengan manusia lainnya yang bertujuan ingin cukupi kebutuhannya setiap hari.¹ Salah satu tempat yang digunakan melakukan interaksi adalah warung kopi. Warung kopi ialah tempatnya banyak orang untuk berkumpul, yang mana berbagai orang tersebut asalnya dari berbagai tingkat kalangan sosial masyarakat. Mereka di sana ingin mengistirahatkan fisik dan pikirannya sejenak se usai melakukan aktivitas serta menjadikan warung kopi sebagai tempat tongkrongan bersama temannya guna membahas berbagai macam hal mulai dari hal yang terpenting hingga yang tak penting yang mana bisa munculkan harmonisnya sebuah hubungan dengan saling menghargai satu dengan yang lain. Dengan adanya hidangan gorengan, segelas kopi dan rokok di warung kopi, membuat individu dengan individu lainnya bisa mengutarakan berbagai topik pembicaraan mengenai suatu hal.

Sejak zaman dahulu masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan minum kopi atau biasanya dikenal dengan istilah ngopi. Ngopi merupakan salah satu kebiasaan bagi para orang kalangan menengah ke bawah, mereka meminum kopi se usai bekerja ataupun sepulang dari sawah. Penyajiannya kopi di zaman dahulu hanyalah kopi susu atau kopi tubruk saja dan sebagai hidangan

¹ Azari Muttaqin, *Peran Kedai Kopi dalam Interaksi Sosial*, (Jurnal penelitian, Lampung) 3.

tambahannya yang terdapat di warung kopi, terdapat jajanan seperti gorengan, tempe, tahu beserta cabai rawitnya guna penambahan rasa dari tempe atau tahu gorengnya. Telah menjadi tradisinya orang di desa guna pergi ke warung kopi se usai bekerja atau sepulang dari sawah. Adapun warung kopi juga dijadikan sebagai sarana untuk melakukan interaksi dengan masyarakat yang lainnya.²

Dalam kehidupan bermasyarakat, berinteraksi sosial begitu penting karena interaksi sosial merupakan sarana guna saling kenal dan saling hormati orang lainnya yang bisa membuat hubungannya masyarakat menjadi semakin dinamis. Interaksi sosial merupakan kuncinya seluruh hubungan sosial bermasyarakat, jika tidak terdapat interaksi sosial bisa saja tidak terdapat kehidupan bersama di dunia ini. Individu yang bertemu dengan individu yang lain secara badannya saja tak akan bisa hasilkan pergaulan hidup di sebuah masyarakat. Interaksi sosial bukan hanya di kalangan masyarakat biasa saja, namun mahasiswa pun memerlukan interaksi sosial dengan mahasiswa yang lain tanpa melihat status sosialnya mereka saat berinteraksi sosial di sebuah wilayah. Salah satu tempat yang biasanya dipakai guna melakukan interaksi sosial oleh mahasiswa ialah warkop atau warung kopi.³

Budaya meminum kopi telah mengalami perkembangan sejak dahulu, meminum kopi (Ngopi) termasuk kebiasaan orang Belanda yang pada awalnya hanyalah orang yang usianya lanjut atau orang dewasa saja yang meminumnya.

² Ardietya, Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, *Jurnal Sosiologi Delima* Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), 9.

³ Ela Nur Aini, Interaksi Sosial Dalam Novel Suraya Karya Nafi'ah Al Ma'rab (Kajian Teori Georg Simmel), *Jurnal Penelitian*, (Surabaya: UNESA,). 6.

Kebanyakan orang yang meminum kopi merupakan seorang pria, namun dengan zaman yang terus alami perkembangan ngopi bukan hanya untuk orang yang usianya lanjut atau orang dewasa saja, tetapi ngopi juga dilaksanakan oleh anak muda baik yang jenis kelaminnya wanita ataupun pria. Kegiatan kumpul bersama teman-teman dan saling canda tawa menjadi rutinitasnya anak muda apalagi mahasiswa yang setiap waktunya kumpul di warung kopi bersama para teman-temannya.⁴

Warung kopi sekarang ini hampir tidak pernah sepi, prospek usaha ini kedepan sangatlah bagus terutama bagi kaum generasi milenial. Menurut data yang diambil oleh Head of Marketing PT. Toffin Indonesia kedai kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan yakni tiga kali lipat dari 3000 outlet pada tahun 2019 menjadi 5000 pada akhir taun 2023.⁵ Tetapi masih banyak masyarakat yang memiliki persepsi bahwa jika nongkrong di warung kopi akan menghabiskan waktu sia sia dan budaya ngopi hanya untuk orang yang tak memiliki kerjaan atau pengangguran. Namun bagi seorang mahasiswa, nongkrong termasuk sebuah kebutuhan. Mereka akan habiskan waktunya di warung kopi yang mana tidak hanya akan nongkrong saja namun juga bisa untuk menuntaskan berbagai tugasnya yang sudah diberikan oleh dosennya di kampus dan diselingi dengan memainkan *game* supaya tidak merasakan kebosanan.

Saat berada di warung kopi, semua pelanggan duduk bersama menikmati

⁴ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 7.

⁵ (<http://www.beritasatu.com/ekonomi/601687-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>) diakses pada 15 Januari 2024.

kopi atau minuman lainnya dan mengobrol bersama membahas berbagai hal yang bisa hilangkan *stress*. Terutama bagi kalangan mahasiswa, mereka mempunyai hal sama dengan kebiasannya masyarakat dalam melaksanakan aktivitas di warung kopi, yakni pertama ke warung kopi hanyalah sekedar iseng tetapi pada akhirnya menjadi sebuah kebiasaan untuk bisa berinteraksi di warung kopi. Mahasiswa juga merupakan makhluk sosial dan juga termasuk agen yang akan memberikan perubahan di masyarakat dengan cara membawa perubahannya pada diri sendiri dan bisa membagikan berbagai solusi dalam sebuah masalah yang sedang dijalani oleh masyarakat.

Warung kopi merupakan sebuah tempat sekelompok atau seseorang yang sedang menikmati minuman berupa kopi.⁶ Adapun warung kopi juga termasuk tempat yang menyajikan kopi beserta produk lainnya seperti teh, coklat ataupun jus buah. Adanya warung kopi di kalangan masyarakat sudah bisa menarik besarnya minat masyarakat, bahkan sudah menjadi pilihan terfavorit yang disukai oleh seluruh kalangan dan sudah menjadi sebuah kebiasaan atau bahkan kebutuhan.

Perkembangan warung kopi sudah bisa pengaruhi kehidupannya masyarakat utamanya dalam dunia pekerjaan. Makna warung kopi telah dijadikan sebagai tempat untuk berdiskusi, berkumpul, berdialog, bersantai, memperoleh berbagai informasi yang bermanfaat, dan lain sebagainya. Warung kopi tersebut tidak hanya dikunjungi oleh masyarakat yang sebagai konsumen

⁶ Ardietya, Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, *Jurnal Sosiologi Delima* Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), 11.

saja, tetapi juga dikunjungi oleh berbagai lapisannya masyarakat termasuk masyarakat yang datang dari desa menuju ke kota. Berbagai lapisannya masyarakat yang berkumpul ini sudah bisa sebabkan adanya kegiatan interaksi sosial.⁷

Interaksi sosial termasuk sebuah hubungan diantara individu satu dengan individu yang lain, yang mana individu yang satu bisa mempengaruhi individu yang lain. Akhirnya terjadi timbal balik hubungan antara satu orang dengan yang lainnya. Kunci dari interaksi sendiri yakni kesadaran. Tidak mungkin seorang manusia yang melakukan interaksi dengan sesamanya tanpa sebuah kesadaran yang tidak memiliki tujuan. Interaksi sosial manusia dalam kajian sosiologi termasuk sebuah perilaku sosial yang sifatnya timbal balik melalui sebuah komunikasi atau kontak diantara dua orang atau lebih.

Berbeda dengan warung kopi lain yang ada di wilayah Kediri, Warung Kopi Samaji mempunyai ciri khasnya tersendiri untuk membuat seseorang selalu datang setiap hari. Warung kopi yang bertempat di sekitar hamparan sawah Ngronggo ini selalu menarik perhatian para pelanggan setianya. Alasan yang menjadikan para pelanggan untuk terus meminum kopi diwarung kopi ini adalah suasana yang nyaman untuk melakukan interaksi. Jenis komunikasi yang terjalin di warung kopi Samaji antara lain komunikasi dua orang yang biasanya dua orang itu saling menggali informasi mengenai keseharian, pekerjaan ataupun masalah pribadi. Selain itu dari kalangan mahasiswa yang datang lebih suka untuk berdiskusi membahas berbagai dinamika kehidupan sehingga dari

⁷ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 4

hasil diskusi mereka akan lebih banyak pertimbangan untuk keputusan yang lebih baik.

Meskipun banyak warung kopi yang berkonsep modern seperti Tell coffe, SK lab, Feodal kopi dan yang lainnya, namun warung kopi samaji tetap bertahan dengan prinsip yang di jalankan dari dahulu yakni prinsip kesederhanaan dan juga prinsip kekeluargaan antar pelanggan.

Prinsip kekeluargaan bisa dilihat saat mereka berkomunikasi. Bahasa yang digunakan biasanya sudah tidak memandang status seperti halnya biasanya orang muda dengan orang dewasa, tetapi pola interaksi di warung kopi Samaji sudah sampai pada dimana orang muda sudah biasa mengolok orang yang lebih dewasa dengan bahasa bahasa yang tidak biasaya di pakai orang muda ke orang dewasa, tapi meskipun demikian hubungan antar pelanggan di warung kopi Samaji tidak ada masalah apapun malah hubungan antar pelanggan di warung kopi Samaji sangat bagus dan kedekatan antar pelanggan dari kalangan muda dengan dewasa akan semakin erat.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di warung kopi Samaji, penulis menganggap penting diadakan suatu penelitian terhadap fenomena interaksi sosial di sebuah warung kopi yang pengunjunnya memiliki latar belakang berbeda-beda. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **“Interaksi Sosial Pelanggan Warung Kopi Samaji Kelurahan Ngronggo Kota Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

1. Apa yang melatarbelakangi perilaku berlama-lama dan berulang-ulang meminum kopi di warung kopi Samaji?

2. Bagaimana bentuk interaksi sosial antar pelanggan di warung kopi Samaji?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi perilaku berlama-lama dan berulang-ulang ngopi di warung kopi Samaji.
2. Untuk mengetahui Bagaimana bentuk interaksi sosial antar pelanggan di warung kopi Samaji.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a) Penelitian ini di harapkan mampu menjadi informasi mengenai teori dampak perilaku konsumtif terhadap interaksi sosial antar pelanggan di warung kopi Samaji.
 - b) Supaya penelitian ini dapat dijadikan sumber refrensi dan juga dikembangkan kembali oleh peneliti selanjutnya.
 - c) Sebagai suatu bentuk bagian dari praktik pengembangan mempelajari ilmu sosiologi dalam suatu proses belajar dalam perkuliahan.
2. Manfaat praktis
 - a) Bagi IAIN Kediri, yang di peroleh dari penelitian ini juga dapat dijadikan untuk tambahan /koleksi/rujukan bagi karya tulis ilmiah yang akan datang atau yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

- b) Bagi mahasiswa IAIN Kediri hasil penelitian ini juga dapat di kembangkan kembali oleh mahasiswa lain ataupun dijadikan rujukan oleh peneliti selanjutnya.
- c) Terkhusus bagi mahasiswa program studi Sosiologi Agama dapat di gunakan untuk menerapkan praktik teori yang telah didapatkan dalam proses belajar mengajar selama proses perkuliahan di program studi Sosiologi Agama.

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal, Irwanti Said dengan judul “Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern”, Jurnal Al-Khitabah, Vol.III, No.3, Juni 2017. Yang membahas mengenai tentang pola Interaksi sosial warung kopi merefleksikan sebuah gaya hidup di Kota Makassar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami fenomena warung kopi dan gaya hidup masyarakat modern. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warung kopi sebagai *simbol* gaya hidup kemudian warung kopi sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi dan warung kopi menjadi tempat kerja (Ngantor). Implikasi dari penelitian ini adalah dapat memberikan kontribusi bagi penikmat kopi mengenai filosofi ngopi. Persamaan dari jurnal ini dengan penelitian sama-sama membahas pola interaksi yang ada di warung kopi, seperti pola diskusi bersama yang menjadikan saling bertukar pikiran maupun informasi. Sedangkan

perbedaannya penelitian ini membahas dalam tentang filosofi warung kopi di kota besar.⁸

2. Skripsi Oleh Sathi'Ul Burhan Universitas Muhamadiyah Malang Tahun 2016. Penelitian yang berjudul "Makna Interaksi Sosial Ngopi di Ruang Publik" ini dilatar belakangi oleh (1) Peneliti setiap harinya secara tidak langsung mengamati kegiatan ngopi merasakan ada makna yang berbeda dari interaksi sosial ngopi saat ini (2) Banyaknya mahasiswa yang melakukan kegiatan di warung kopi mengingat Kota Malang sebagai kota pendidikan maka banyak aktivitas di ruang publik (3) Maraknya penggunaan media sosial pada saat ngopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna interaksi sosial pada saat ngopi di ruang publik bagi pengguna media sosial di warung kopi gapuro dan mengetahui makna interaksi sosial pada saat "Ngopi" di ruang publik bagi pengguna media sosial di warung kopi gapuro. Persamaan penelitian Sathi'Ul Burhan dengan penelitian yang akan diteliti sama-sama membahas tentang interaksi yang ada di warung kopi. Sedangkan perbedaannya peneliti membahas interaksi kalangan mahasiswa ataupun para remaja, sedangkan penelitian ini membahas interaksi semua kalangan dari masyarakat, mahasiswa, remaja yang menjadikan banyak interaksi secara langsung.⁹

⁸ Irwanti Said dengan judul "Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern", *Jurnal Al-Khitabah*, Vol.III, No.3, Juni 2017.

⁹ Sathi'Ul "*Makna Interaksi Sosial Ngopi di Ruang Publik*" Burhan Universitas Muhamadiyah Malang : 2016.

3. Jurnal, Nia dan Fery dengan judul “Perubahan Makna Interaksi Sosial pada Kedai Fore Coffe”. Universitas Indraprasta PGRI, Program Studi Arsitektur. Jurnal Arsitektur. Vol 02. No. 02. 2019. yang membahas terkait Membahas tentang makna ngopi dengan berdiskusi, bersantai sambil mendengarkan musik, bermain catur, atau bahkan sekedar menghabiskan waktu luang. Aktivitas ‘ngopi’ tentu saja akan lebih ideal jika dilakukan di warung kopi, tempat di mana kita bisa berinteraksi dengan orang lain dan dimaknai sebagai pusat informasi. Semakin berkembangnya zaman, bentukan warung kopi berubah menjadi tempat yang lebih ramah untuk semua kalangan dan menarik perhatian pelanggan. Berbagai inovasi dilakukan untuk bisa bersaing dalam hiruk pikuk bisnis kopi ini. Salah satunya dengan menggunakan aplikasi sebagai media promosi dan perubahan bentuk kedai yang jauh dari bentukan warung kopi pada umumnya. Dengan metode observasi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tentunya berdampak pada kualitas ruang sosial yang biasanya hadir pada warung kopi ini dan membentuk interaksi sosial lain yang tidak terprediksi sebelumnya karena adanya kesamaan kepentingan atau tujuan, namun semakin disadari bahwa kopi menjadi tak seesensial itu pada kedai Fore, tak lebih dari minuman kekinian yang banyak dijual di pasaran saat ini. Persamaan jurnal dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang interaksi sosial yang berjenis dengan *mutualisme* dan *sosiality*, dimana menjelaskan interaksi sosial saling menguntungkan dan dengan berbagai kalangan dalam berinteraksi. Perbedaannya pembahasan di jurnal tentang warung kopi tidak

seesensial dulu dimana tempat ngopi sambil bercengkrama sekarang lebih ke foto-foto dan bermain hp sendiri.¹⁰

4. Skripsi, Agung Lazuardi (2016) dengan Judul “Pola Interaksi Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makasar” Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan PMI Konsentrasi Kesejahteraan Sosial. Penelitian ini membahas tentang pola interaksi dan dampak positif serta dampak negatif keberadaan warkop yang menjadi sebuah gaya hidup. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait pola interaksi yang terjadi di warung kopi seperti bentuk kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi dan asimilasi yang terjadi pada waktu tertentu, serta tempat ngopi dijadikan tempat santai untuk istirahat atau berfikir ketika berdiskusi. Perbedaannya penelitian ini adalah titik fokus yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat.¹¹
5. Skripsi, M Alif Mahmudin (2022), dengan Judul “Interaksi Sosial dan Perannya dalam Pembentukan Pendidikan Moral Keagamaan Warung Kopi Zila Bandar Kidul Kota Kediri”. IAIN Kediri, Fakultas Tarbiyah, Program Studi Pendidikan Agama Islam. Penelitian ini membahas tentang interaksi sosial di warung kopi zila yang pengunjungnya dari berbagai kalangan sering menghasilkan bentuk interaksi oleh pelanggan antar pelanggan maupun pelanggan dengan penjual. Saling pengertian dalam interaksi dengan

¹⁰ Nia dan Fery “Perubahan Makna Interaksi Sosial pada Kedai Fore Coffe”. *Jurnal Arsitektur*. Vol 02. No. 02. 2019.

¹¹ Agung Lazuardi, “ *Pola Interaksi Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makasar*” Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar : 2016.

pelanggan lain, kerjasama yang dilakukan oleh pelanggan dengan penjual, rasa simpatik dengan penjual dan pelanggan serta saling memberi motivasi kepada lawan interaksi. Persamaan dengan penelitian ini adalah bentuk interaksi yang dilakukan sama-sama dalam hal positif, sedangkan perbedaannya fokus penelitian ini ke nilai keagamaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah sosial.¹²

F. Definisi Konsep

1. Interaksi sosial

a. Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, dimana individu yang satu dapat mempengaruhi individu lainnya sehingga terjadi hubungan yang saling timbal balik.¹³ Interaksi sosial terjadi pada individu yang saling bertemu atau bertatap muka namun tidak saling berbicara atau menukar isyarat. Karena interaksi sosial terjadi secara tidak langsung maka akan menimbulkan kesan dalam pikiran seseorang. Sebab masing-masing sadar akan adanya orang yang menjadikan perubahan sikap atau tindakan. Bagian terpenting dari interaksi sosial yaitu adanya kontak dan komunikasi antara individu.¹⁴

¹² M Alif Mahmudin, *“Interaksi Sosial dan Perannya dalam Pembentukan Pendidikan Moral Keagamaan Warung Kopi Zila Bandar Kidul Kota Kediri”*. IAIN Kediri, Fakultas Tarbiyah, Program Studi Pendidikan Agama Islam: 2022.

¹³ Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2003) 65.

¹⁴ Hanin Irwan, *Seri Pengayaan Pembelajaran Sosiologi: Interaksi Sosial* (Surakarta: PT. AksaraSunergi Media, 2019), 2.

2. Warung Kopi

a. Pengertian Warung Kopi

Warung kopi merupakan suatu tempat yang tak wajib besar tetapi bisa tawarkan berbagai hal yang mana bisa sediakan kopi ataupun berbagai jenis minuman yang lain misalnya coklat dan teh yang ditemani oleh makanan ringan lainnya sebagai makanan pendampingnya kopi. Warung kopi juga menyiapkan layanan *Wi-Fi (Wireless Fidelity)*.

Menurut etimologi warung kopi asalnya dari dua suku kata yakni *warung* dan *kopi*. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia kata *warung* artinya suatu tempat untuk menjualkan minuman, makanan, klontong dan lainnya. Warung kopi merupakan tempat yang menyajikan dan menjualkan minuman olahannya biji kopi guna bisa dikonsumsi oleh masyarakat, atau bangunan yang dipakai sebagai sebuah tempat untuk berdagang minuman dan makanan. Namun kopi merupakan secangkir minuman yang asalnya dari proses produksi dan pengestraksian biji tanaman kopi. Kopi merupakan minuman yang bisa sebabkan seseorang terus terjaga, jadi kopi bisa jadi minuman terfavoritnya masyarakat utamanya kaum pria.¹⁵

3. Budaya

Kata kebudayaan berasal dari kata *budh* dalam bahasa Sansekerta yang berarti akal, kemudian menjadi kata *budhi* (tunggal) atau *budhaya* (majemuk), sehingga kebudayaan diartikan sebagai hasil pemikiran atau akal manusia. Ada

¹⁵ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 4

pendapat yang mengatakan bahwa kebudayaan berasal dari kata budi dan daya. Budi adalah akal yang merupakan unsur rohani dalam kebudayaan, sedangkan daya berarti perbuatan atau ikhtiar sebagai unsur jasmani sehingga kebudayaan diartikan sebagai hasil dari akal dan ikhtiar manusia.

Kebudayaan = *cultuur* (bahasa belanda) = *culture* (bahasa inggris) = *tsaqafah* (bahasa arab), berasal dari perkataan latin: “*colere*” yang artinya mengolah, mengerjakan, menyuburkan dan mengembangkan, terutama mengolah tanah atau bertani. Dari segi arti ini berkembanglah arti *culture* sebagai “segala daya dan aktivitas manusia untuk mengolah dan mengubah alam”.

Budaya (*culture*) didefinisikan sebagai tingkah laku, pola-pola, keyakinan dan semua produk dari kelompok manusia tertentu yang diturunkan dari generasi ke generasi. Produk dalam hal ini adalah hasil dari interaksi antara kelompok manusia dan lingkungan mereka setelah sekian lama. Kebudayaan tertanam dalam diri individu sebagai pola-pola persepsi yang diakui dan diharapkan oleh orang-orang lainnya dalam masyarakat.

Budaya adalah sistem pengetahuan yang meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pemikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari budaya bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan budaya adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk berbudaya berupa tingkah laku dan benda nyata seperti pola tingkah laku, bahasa, alat kehidupan, organisasi sosial, agama, kesenian yang kesemuanya diperlihatkan untuk membantu manusia dalam menjalankannya.