

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat ini dunia bisnis di Indonesia sedang berkembang pesat. Terlihat bahwa berbagai pelaku bisnis menjual berbagai macam produk yang membuat dunia bisnis tetap hidup, dan pelaku usaha menghadapi lingkungan persaingan dalam berbisnis. Tren tersebut menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu yang bernilai lebih besar dibandingkan pesaingnya. Yang dibutuhkan pasar adalah maksud atau tujuan persaingan. Secara umum, perusahaan berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Hubungan ini harusnya dapat ditingkatkan setiap saat, misalnya dalam hal pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain..

Meningkatnya persaingan dalam bisnis tidak bisa dihindari. Akibat adanya persaingan, para pengusaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik dari luar maupun dari dalam perusahaan yang mempunyai dampak besar terhadap kehidupan perusahaan. Pengusaha dituntut untuk senantiasa sadar dan waspada terhadap apa yang terjadi di pasar dan apa yang dibutuhkan pelanggan, serta perubahan lingkungan usaha agar mampu bersaing dengan dunia usaha lainnya dan berusaha mengurangi kelemahan dan meningkatkan kekuatan.

Dunia usaha kini mengambil pendekatan baru, karena kewirausahaan dikatakan sebagai salah satu faktor dalam mencapai pertumbuhan ekonomi dan daya saing bisnis yang berkelanjutan. Kewirausahaan sendiri merupakan

kegiatan seseorang yang menggunakan tenaga, pikiran atau tubuhnya untuk menciptakan atau menyelesaikan suatu tugas sehingga dapat menciptakan pribadi yang hebat. Tingginya tingkat persaingan yang ada tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar, namun juga oleh perusahaan-perusahaan kecil dan menengah di Indonesia.¹

Manusia merupakan makhluk sosial yang kebutuhan utama salah satunya yakni melakukan interaksi dengan manusia lainnya yang bertujuan inginukupi kebutuhannya setiap hari.² 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 dan yang lainnya. 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

¹ Anisa Aprilia “Pengaruh Ketangkasan Rantai Pasok Terhadap Kinerja Bisnis Kedai Kopi” VOL. 14, No.1, 2021.

² Azari Muttaqin, *Peran Kedai Kopi dalam Interaksi Sosial*, Jurnal penelitian, (Lampung : Universitas Lambung mangkurat) 3.

dahulu hanyalah kopi susu atau kopi tubruk saja dan sebagai hidangan 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 seusai bekerja atau sepulang dari sawah. Adapun warung kopi juga dijadikan sebagai sarana untuk melakukan interaksi dengan masyarakat yang lainnya.³

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 di gunakan guna melakukan interaksi sosial oleh mahasiswa ialah warkop atau warung kopi.⁴

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. Kebanyakan orang yang meminum kopi merupakan seorang pria, namun

³ Ardietya, Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, *Jurnal Sosiologi Delima* Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), 9.

⁴ Ela Nur Aini, Interaksi Sosial Dalam Novel Suraya Karya Nafi'ah Al Ma'rab (Kajian Teori Georg Simmel), *Jurnal Penelitian*, (Surabaya: UNESA,). 6.

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.⁵

Warung kopi sekarang ini hampir tidak pernah sepi, prospek usaha ini kedepan sangatlah bagus terutama bagi kaum generasi milenial. Menurut data yang diambil oleh Kepala 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 2023.⁶ Jika dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dengan bertambahnya jumlah warung kopi yang sangat pesat maka dengan itu kebutuhan terhadap seseorang untuk meminum kopi semakin besar dan peminatnya juga dari segala kalangan. Namun bagi generasi milenial, nongkrong termasuk sebuah kebutuhan. Mereka akan habiskan waktunya di warung kopi yang mana tidak hanya akan nongkrong saja namun juga bisa untuk saling berbagi informasi apapun, baik dalam hal pekerjaan maupun tugas sekolah ataupun tugas kuliah dan diselingi dengan memainkan *game* supaya tidak merasakan kebosanan.

⁵ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 7.

⁶ (<http://www.beritasatu.com/ekonomi/601687-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>) diakses pada 15 Januari 2024.

Warung kopi merupakan sebuah tempat sekelompok atau seseorang yang sedang menikmati kopi.⁷ Adapun warung kopi juga termasuk tempat yang menyajikan kopi beserta produk lainnya seperti teh. 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.⁸ Warung kopi tersebut tidak hanya dikunjungi oleh masyarakat yang sebagai konsumen saja, tetapi juga dikunjungi oleh berbagai lapisannya masyarakat termasuk masyarakat yang datangnya dari kota menuju desa maupun sebaliknya. Berbagai lapisannya masyarakat yang berkumpul ini sudah bisa sebabkan adanya kegiatan interaksi sosial.⁹

Interaksi sosial termasuk sebuah hubungan diantara individu satu dengan individu yang lain, yang mana satu individu bisa mempengaruhi individu lainnya. Akhirnya terjadi timbal balik hubungan antara satu orang dengan orang 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

⁷ Ardietya, Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, *Jurnal Sosiologi Delima* Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), 11.

⁸ Isnawati, Makna Warung kopi bagi mahasiswa, *Jurnal Paradigma* vol. 6 no. 1 (Unesa; 2018) 3.

⁹ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 4

melalui sebuah komunikasi atau kontak diantara dua orang atau lebih¹⁰. Interaksi sosial terjadi melalui syarat-syarat yang harus dipenuhi, adapun syarat dalam melakukan interaksi sosial adalah komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan, dan kontak sosial yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung.¹¹ Khususnya pada kontak sosial secara langsung bisa dilakukan melalui berbagai perantara dan medium untuk melakukan kontak sosial, salah satunya melalui warung kopi.

Salah satu warung kopi yang menarik minat masyarakat adalah warung kopi Mantep Mbah Gimu. Warung ini dinamai sesuai dengan nama pemilik warung yakni Mbah Gimu sendiri yang berdiri pada tahun 1997. Warung ini memiliki keunikannya tersendiri sehingga banyak orang yang tertarik untuk datang ke warung ini. Berbeda dengan warung kopi lain yang ada di wilayah Kediri, Warung Kopi Mantep Mbah Gimu mempunyai ciri khasnya tersendiri untuk membuat seseorang selalu datang setiap hari. Warung kopi yang bertempat di desa Cerme ini selalu menarik perhatian para pelanggan setianya. Selain itu dari kalangan yang datang warung Mantep Mbah Gimu mempunyai alasan yang berbeda beda untuk membeli kopi di warung kopi ini yang pada akhirnya akan menciptakan interaksi sosial antar pelanggan dan juga pemilik warung kopi.

Keunikan lainnya yaitu kopi racikan yang khas dari hasil menggoreng dan menggiling sendiri bukan dari kopi saccet. Lalu harganya pun sangat terjangkau jikalau dibandingkan dengan warung/kedai kopi lainnya. Biasanya kedai kopi lainnya membandrol harga kopi hitamnya dengan harga Rp.5000

¹⁰ Hanin Irwan, *Seri Pengayaan Pembelajaran Sosiologi: Interaksi Sosial* (Surakarta: PT. Aksara Sunergi Media, 2019), 2.

¹¹ Soekanto Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Rajawali Pers., 2009).

(lima ribu rupiah) sebagai harga yang paling minim, namun berbeda dengan warung ini yang hanya membandrol kopinya dengan harga Rp.3000 (tiga ribu rupiah).

Para pelanggan warung kopi mbah gimu tidak terbatas hanya pada satu kelompok umur. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, ada banyak pelanggan dari berbagai kelompok umur dan kelompok generasi. Banyaknya kelompok generasi yang ada rawan menjadikan munculnya kesenjangan usia pada para pelanggan warung kopi mantep Mbah Gimu. Terlebih antara generasi yang memiliki selisih kelompok umur sangat jauh. Misalnya antara generasi yang lahir pada tahun 1970-an dan generasi yang lahir pada tahun 2000-an.¹² Berdasarkan hasil penelitian dari Najafiasl menunjukkan adanya gap antara generasi muda dan generasi tua yang disebabkan karena perbedaan nilai dan norma serta faktor sosial budaya. Selain itu adanya perbedaan antara cara berkomunikasi dan menerima informasi yang diterima semakin memperlebar jarak antara generasi muda dan generasi tua.¹³

Sehingga hal ini menjadi menarik untuk melihat bagaimana bentuk interaksi sosial yang akan terjadi antar generasi yang memiliki kesenjangan yang cukup jauh. Dikarenakan akibat perbedaan pengalaman dan perbedaan cara pandang antar generasi disinyalir rawan menimbulkan konflik antar generasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hengki Irawan Setia Budi, usia generasi yang berbeda rawan menimbulkan konflik. Hal ini

¹² Ni Made Riasmini and others, 'Faktor Determinan Interaksi Sosial Antar Generasi Lansia-Remaja', 2022, 7–13.

¹³ Najafiasl, Z. 2015. Intergenerational Gap: An Emerging Phenomenon in Iran. *International Journal of Social Sciences (IJSS)*, Vol.5, No.1, 2015

disebabkan karena masing-masing generasi menganggap generasinya adalah generasi yang paling unggul dan memandang generasi lain secara skeptis. Generasi yang lebih tua juga memiliki kecenderungan untuk memandang generasi yang dibawahnya sebagai generasi yang masih kurang akan pengalaman. Selain itu adanya persepsi bahwa generasi muda (Generasi Z, Alfa) adalah generasi yang meninggalkan norma susila dan tata krama. Dengan adanya persepsi seperti ini yang sudah terbangun di antara generasi. Menjadi sebuah hal menarik untuk meneliti bentuk interaksi sosial yang ada antar generasi. Bagaimana kemudian generasi yang memiliki kesenjangan usia yang cukup jauh berinteraksi dalam lingkup sosial. Kemudian juga menjadi sebuah hal yang menarik untuk melihat apakah nantinya bentuk interaksi sosial antar generasi bersifat asosiatif atau disosiatif.

Warung kopi sendiri sebagai medium interaksi sosial menjadi salah satu hal yang tidak terpisahkan, khususnya dalam konteks ini adalah warung kopi mantep mbah gimu. Dipilihnya warung kopi mbah gimu sebagai lokasi pada penelitian ini juga tanpa alasan. Warung Kopi mbah gimu merupakan salah satu warung kopi yang memiliki basis pelanggan yang kuat dari berbagai usia. Hal ini disebabkan karena sang pemilik memiliki ikatan personal dengan tiap pelanggannya. Tak hanya dengan orang-orang se-generasinya (generasi *baby boomers*) namun juga dengan generasi-generasi di bawahnya. Selain itu juga berdasarkan hasil observasi awal harga kopi di warung mbah gimu juga relatif lebih murah dan rasa kopi yang lebih enak daripada warung kopi kebanyakan.



Gambar 1.1
Mbah Gimu (Kaos Putih) Bercengkrama dengan pelanggan
 (Sumber :Youtube Ipitipit Channel,2023)

Alasan lainnya dari pemilihan warung kopi mantep mbah gimu sebagai lokasi pada konteks ini dikarenakan tidak seperti warung kopi lainnya yang sudah terdapat wifi sebagai salah satu fasilitasnya. Pada warung mbah gimu tidak memiliki fasilitas wifi, sehingga kegiatan ngopi di warung kopi mbah gimu dilakukan sebagai sarana berinteraksi dan bukan untuk bermain gadget.¹⁴

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan tersebut, maka fokus penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk interaksi sosial Antar generasi di warung kopi mantep Mbah Gimu ?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam proses interaksi sosial pada tiap-tiap generasi di warung kopi mantep Mbah Gimu ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk interaksi sosial Antar generasi di warung kopi mantep Mbah Gimu.

¹⁴ Hasil wawancara awal dengan Tedi, Pelanggan warung (20 November 2024)

2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dalam proses interaksi sosial pada tiap-tiap generasi di warung kopi mantep Mbah Gimu.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat konsisten dengan masalah yang diangkat, maka manfaat penelitian dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi mengenai bentuk interaksi sosial Antar generasi di warung kopi mantep Mbah Gimu
- b) Supaya penelitian ini bisa dijadikan sumber referensi dan juga dapat dikembangkan kembali oleh peneliti selanjutnya.
- c) Sebagai suatu bentuk serta bagian dari praktik pengembangan mempelajari ilmu sosiologi dalam suatu proses belajar dalam perkuliahan.

2. Secara Praktis

- a) Bagi IAIN Kediri, yang di peroleh dari penelitian ini juga dapat dijadikan untuk menambah koleksi serta 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 atau mungkin dijadikan rujukan oleh peneliti selanjutnya.
- c) Khususnya bagi mahasiswa progam studi Sosiologi Agama bisa di gunakan untuk menerapkan praktik teori yang sudah didapatkan dalam

proses belajar mengajar selama proses perkuliahan di program studi Sosiologi Agama.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang diambil adalah penelitian yang memiliki persamaan dengan penelitian yang akan diteliti. Terdapat lima penelitian terdahulu, antara lain:

1. Jurnal, *Teguh Setiandika Igiyasi* dengan judul “Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tendang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang”, Vol.I, No.1, Juni 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fungsi kedai kopi sebagai ruang publik bagi masyarakat di kota Tanjung Pinang. Pekerjaan yang dilakukan masyarakat tidak hanya sekedar minum kopi dan makan sepuasnya, namun juga berbagai aktivitas, kerja berat dan kerja ringan. Banyaknya aktivitas yang dilakukan di kedai kopi membuat masyarakat senang sehingga masyarakat banyak menghabiskan waktunya di kedai kopi. Keanekaragaman yang terdapat pada kedai kopi tidak hanya terletak pada jenis pekerjaannya, namun juga perbedaan latar belakang dan status pengunjung kedai kopi. Hal ini akan memperkuat peran kedai kopi sebagai ruang publik masyarakat Tanjung Pinang, dan akhirnya menjadi mata pencaharian di Tanjung Pinang. 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.¹⁵

2. Jurnal, Elya Kurnia Wati berjudul "Makna Interaksi Sosial Ngopi di Ruang Publik" VOL. 13, No. 1, 2022. Motivasi penelitian ini adalah (1) peneliti mengamati langsung aktivitas ngopi sehari-hari dan berpikir bahwa aktivitas sosial saat ini antara ngopi dan (2) banyak pelajar yang beraktivitas di kedai kopi Mengingat kota Malang merupakan kota pendidikan maka banyak sekali lapangan pekerjaan. di kedai kopi (3) Meningkatkan penggunaan media sosial sambil minum kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna interaksi sosial sambil minum kopi di tempat umum bagi pengguna media sosial di kedai kopi Gauro dan untuk mengetahui makna interaksi sosial sambil minum kopi di ruang publik bagi pengguna media sosial di kedai kopi Gauro. 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.¹⁶
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. mendiskusikan topik terkait. Tindakan "minum kopi" lebih baik dilakukan di kedai kopi, dimana kita bisa berinteraksi dengan orang lain, yang berarti pusat percakapan. Seiring

¹⁵ Teguh Setiandika Igiyasi dengan judul "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tendang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang", Vol.I, No.1, Juni 2017

¹⁶ Elya Kurnia Wati "Makna Interaksi Sosial Ngopi di Ruang Publik" VOL. 13, No. 1, 2022

berjalannya waktu, kedai kopi menjadi tempat favorit semua pihak dan menarik perhatian pelanggan. Banyak inovasi yang dilakukan untuk bersaing di jantung industri kopi. Salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai kampanye periklanan dan mengubah citra toko yang jauh dari citra kedai kopi. Metode observasi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi memberikan dampak yang signifikan terhadap kualitas suasana sosial yang ada di kedai kopi ini dan menciptakan interaksi sosial lainnya yang tidak terlihat karena kesamaan minat dan tujuan, namun kita tahu bahwa kopi adalah bukan. itu penting untuk minuman yang banyak dijual 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.¹⁷

4. Jurnal, Noneng R Sukatmadiredja dengan Judul “Pola Interaksi Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makasar” VOL. 2, No. 1. 2017. Penelitian ini membahas tentang pola interaksi serta dampak positif dan 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

¹⁷ Nia dan Fery “Perubahan Makna Interaksi Sosial pada Kedai Fore Coffe”. *Jurnal Arsitektur*. Vol 02. No. 02. 2019.

berdiskusi. Perbedaannya penelitian ini adalah titik fokus yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat.¹⁸

5. Jurnal, Mursyidin, dengan Judul “Pergeseran Pola Interaksi Warung Kopi pada Masyarakat Aceh”. VOL. 4, No. 2, 2018. Penelitian ini membahas tentang bagaimana perubahan pola interaksi sosial di masyarakat kedai kopi terjadi, bagaimana perubahannya dan faktor apa saja yang menyebabkan perubahan. Interaksi di kedai kopi berubah dari interaksi/komunikasi verbal model ke interaksi virtual. Selain itu fungsi kedai kopi juga ada berubah, kini kedai kopi bukan lagi menjadi ruang berdiskusi dan berinteraksi melainkan menjadi ruang simbol gaya hidup anak muda dan sekaligus “tempat kerja” atau baru kantor bagi masyarakat.. Persamaan dengan penelitian ini adalah bentuk interaksi yang dilakukan sama-sama dalam hal positif, sedangkan perbedaannya fokus penelitian ini tentang perubahan pola interaksi sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah pola interaksi social yang terjadi.¹⁹

F. Definisi Konsep

1. Interaksi Sosial

Interaksi sosial terjadi ketika orang saling bertemu, bertatap muka, namun tidak saling berbicara atau bertukar tanda. Karena interaksi sosial terjadi secara tidak langsung, maka mempengaruhi kesan pada dalam pikiran seseorang. Karena masing-masing dari mereka tahu bagaimana

¹⁸ Noneng R Sukatmadiredja “Pola Interaksi Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makasar” VOL. 2, No. 1. 2017..

¹⁹ M Mursyidin, “Pergeseran Pola Interaksi Warung Kopi pada Masyarakat Aceh”. Program Studi Sosiologi FISIP Universitas Teuku Umar, VOL. 4, No. 2, 2018.

orang mengubah hidup dan tindakan mereka. Bagian penting dari interaksi sosial adalah kontak dan komunikasi antar manusia.

Interaksi sosial merupakan hubungan antar orang atau orang lain yang memungkinkan seseorang mempengaruhi orang lain. Jadi mereka berhubungan. Seseorang tidak dapat mengalami proses interaksi tanpa menjadi warga negara. Masyarakat ada ketika orang berinteraksi dengan orang lain. Interaksi antar esensi masyarakat berkisar dari yang sederhana hingga yang lebih kompleks. Interaksi dilakukan secara sadar dan mental (psikologis) untuk kepentingan lebih lanjut. Interaksi memungkinkan hidup berdampingan. Karena hidup bersama melibatkan interaksi seperti berbicara satu sama lain, bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, persaingan dan konflik.

2. Warung Kopi

Warung kopi merupakan suatu tempat yang tak wajib besar tetapi bisa menawarkan berbagai hal yang mana bisa sediakan kopi ataupun berbagai jenis minuman yang lain misalnya teh yang ditemani oleh makanan ringan lainnya sebagai makanan pendampingnya kopi.

Warung kopi merupakan sebuah tempat sekelompok atau seseorang yang sedang menikmati minuman berupa kopi.²⁰ Adapun warung kopi juga termasuk tempat yang menyajikan kopi beserta produk lainnya seperti teh. Adanya warung kopi di kalangan masyarakat sudah bisa menarik besarnya minat masyarakat, bahkan sudah menjadi pilihan terfavorit yang disukai

²⁰ Ardietya, Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, *Jurnal Sosiologi Delima* Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), 11.

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. Dalam warung kopi sendiri seseorang akan dibuat nyaman dengan berbagai minuman yang disajikan. Biasanya juga terdapat makanan untuk menambah daya tarik pembeli untuk pilihan mereka saat membeli sesuatu dari warung kopi tersebut.

3. Budaya Ngopi

Budaya ngopi sudah lama ada di Indonesia, menjadi tradisi yang melebur dengan budaya lokal. Kita mengenal sosok Tek siong yang pertama kali membuka usaha penyangrai kopi *Tek Soen Ho* sejak 1878 dan mulai berkembang hingga sekarang sudah banyak ditiru banyak orang. Untuk melihat hubungan antara kopi dengan ruang interaksi sosial masyarakat maka perlu dipahami terlebih dahulu latar belakang dan historis dari setiap kebudayaan. Jika kita ingin membandingkan dengan keadaan zaman dahulu kala pertemuan dari sebuah kebudayaan bisa memakan waktu yang sangat lama dan panjang.

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. 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.²¹

Dari gejala ini kita dapat melihat pola gaya hidup yang terbangun seiring perkembangan kegiatan meminum kopi. Gaya hidup yang seiring perkembangan zaman makin menawarkan pertemuan dengan keberagaman. Kedai kopi di zaman ini pun turut memainkan peran perubahan tatanan masyarakat yang tidak sedikit karena kedai kopi memang banyak memberikan peran terhadap tatanan sosial.

4. Antar Generasi

Generasi adalah sekelompok manusia yang saling mengidentifikasi sesamanya berdasarkan tahun lahir, lokasi, peristiwa, dan usia yang didasarkan pada kehidupan kelompok yang berpengaruh secara signifikan pada fase pertumbuhan.²² Adapun generasi yang ada hingga saat ini dikelompokkan menjadi enam, yakni tradisional, baby boomer, X, Y, Z, dan Alfa. Antar generasi pada konteks ini adalah proses interaksi yang dilakukan oleh antar generasi, baik sesama kelompok generasi maupun antar kelompok generasi di warung kopi mbah gimu.

²¹ Saputra, *Kopi Harmoni* (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), 7.

²² Schmidt, Klaus. (2000). Gebekli Tepe, Southeastern Turkey: A Preliminary Report On The 1995-1999 Excavations. *Paleorient*, 4554.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Teori Interaksi Sosial George Simmel

George Simmel lahir pada tahun 1858 di kota Berlin. Ayahnya adalah seorang pedagang kaya, yang masuk agama Kristen, dan meninggal ketika George yang masih sangat kecil, dan hubungan dengan ibunya juga agak jauh. Setelah kematian ayahnya, seorang teman dari keluarga itu diminta untuk menjaga George, dan kekayaannya yang berupa uang yang ditinggalkan oleh pengasuhnya itu memungkinkan dia untuk mempertahankan suatu gaya hidup borjuis yang enak, meskipun selama karirnya dia tidak berhasil memperoleh uang.

Simmel mendapatkan gelar doktor dari Universitas Berlin pada tahun 1881 dan mulai menjadi seorang pengajar di sana pada tahun 1885. Dia merupakan seorang guru yang pintar, cemerlang, peka dan sangat dalam pengetahuannya mengenai berbagai macam hal. Kuliahnya begitu berhasil sehingga tidak hanya mahasiswa saja yang mengahadirinya tetapi juga kaum elit intelektual di Berlin.

Pandangan Simmel bahwa masyarakat terbentuk sebab melalui proses interaksi. Maka kenyataan yang dialami manusia dalam kehidupan bermasyarakat merupakan interaksi tatap muka. Dimanapun manusia berada selalu terjadi interaksi. Interaksi tersebut memiliki model yang berbeda mulai dari interaksi satu ke yang lainnya. Contohnya interaksi antara seorang guru dengan puluhan murid disuatu kelas tertentu, berbeda dengan interaksi antara seorang siswa dan siswi yang berpacaran.