

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berbicara tentang kopi mungkin tak ada habisnya untuk diperbincangkan, karena kopi menjadi salah satu hasil pertanian yang selalu diburu dan digemari dari dulu sampai saat ini di Indonesia. Sejarah yang panjang membuat kopi memiliki keunikan tersendiri sebagai buah yang bisa diolah menjadi minuman.

Penemuan kopi pertama dikurun abad 5 sampe 6 masehi di Ethiopia bermula dari domba gembala yang tidak sengaja memakan tanaman liar seperti buah ceri. Setelah memakan daun dan bijinya, domba tersebut bertingkah aneh melompat-lompat dan selalu aktif ketika malam hari. Menyaksikan hal tersebut, seorang penggembala yang bernama Khaldi merasa aneh dan mencoba mencicipi buah tersebut. Akhirnya ia merasakan hal yang sama, tubunya seperti selalu terjaga dari rasa kantuk.<sup>1</sup>

Di Indonesia sendiri sejarah penyebaran kopi memiliki cerita tersendiri. Kopi pertama kali masuk pada masa penjajahan Belanda, saat itu nama Indonesia masih Hindia Belanda, yaitu pada abad ke 17 masehi. Belanda membawa bibit kopi ke Indonesia karena kondisi alam yang tidak cocok sehingga kopi tidak tumbuh dengan baik disana, akhirnya dibawa ke Indonesia dengan indikator bahwa iklim di Indonesia berbeda dengan Belanda yakni beriklim tropis.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Eka Saputra, *Kopi Dari Sejarah, Efek bagi Kesehatan Tubuh, dan Gaya Hidup*, (Yogyakarta:Harmoni,2008), hlm.3

<sup>2</sup> Saputra, Op.Cit., hlm. 22

Pertama kali bibit kopi ini ditanam di Indonesia ketika masa *culture stelsel* (tanam paksa) di daerah Batavia (sekarang Jakarta) akan tetapi pada tahun 1696 bibit tersebut tidak tumbuh karena Banjir yang melanda Batavia yang pada akhirnya menghancurkan tanaman kopi tersebut. Akan tetapi pada tahun 1711, kopi berhasil ditanam dan di ekspor dari Jawa ke Eropa melalui perusahaan dagang milik Belanda, *Vereniging Oogst Indies Company* (VOC).<sup>3</sup>

Dalam kurun waktu 10 tahun, budidaya dan penjualan kopi terus berkembang dan memberi keuntungan besar bagi Belanda. Hingga akhirnya penanaman kopi disebar ke seluruh Nusantara, salah satunya daerah *Prenger* atau Priangan (Sekarang Jawa Barat).<sup>4</sup> Pada saat penanaman memasuki wilayah Priangan, penghasil kopi terbesar untuk Hindia Belanda adalah daerah Priangan Barat (sekarang Kabupaten Cianjur). Pada tahun 1724 daerah Priangan Barat pernah memanen kopi sebanyak 1.216.257 pikul (setara dengan harga 202.271,25 ringgit). Dengan hasil panen yang besar dan selalu melimpah, pemerintah Priangan Barat saat itu memiliki kontribusi yang sangat besar atas kebutuhan kopi dunia.<sup>5</sup>

Tak lengkap jika berbicara tentang kopi tidak dengan kedai kopinya sendiri. Pengertian kedai atau warung merupakan usaha kecil yang dikelola oleh individu-individu yang membangun usaha bersama atau dibangun secara keluarga dengan bangunan fisik yang tidak besar dan sederhana.<sup>6</sup> Di Indonesia, kedai identik dengan

---

<sup>3</sup> Saputra, Op.Cit., hlm. 24

<sup>4</sup> Coffindo Indonesia, '*Sejarah Awal Mula Kopi Hadir di Indonesia*', 18 April 2018, <http://www.kumparan.com>, diakses pada tanggal 4 April 2021

<sup>5</sup> Hendi Jo, '*Kopi Jawa Bikin Kecanduan Orang Eropa*', 3 November 2015, <http://www.historia.id>, di akses 4 April 2021.

<sup>6</sup> Ahmad Yunus, Susilaningsih, *Panduan Pendirian Usaha Kopi* (Jakarta: Badan ekonomi Kreatif, 2017), hlm. 1

tempat menjual berbagai varian produk makanan, minum, dan jasa seperti telepon dan internet. Yang dimaksud dengan kedai kopi atau *coffee shop* adalah rumah minum dengan menu utamanya kopi, dan menu pelengkap lainnya.<sup>7</sup>

Di negara Turki, tepatnya di Konstantinopel atau sekarang Istanbul ada kedai kopi pertama di dunia, bernama Kiva Han.<sup>8</sup> Kedai kopi ini tidak hanya menjadi tempat minum kopi saja, tapi digunakan orang-orang setempat sebagai fungsi sosial yakni tempat berkumpul dan berbincang hingga membaca buku serta mendiskusikan syair, puisi, serta sastra.

Seiring dengan sejarah yang penting tentang kopi, saat ini banyak sekali kedai kopi yang berjamuran di pusat keramaian sampai sudut-sudut Kabupaten Cianjur. Dimulai ketika ramainya film *Filosofi Kopi 2* tahun 2017 lalu, karya Dee Lestari yang di produksi oleh *Visinema Picture*. Film ini menceritakan dua orang pengusaha kedai kopi yang memiliki usaha kedai kopi di Jakarta. Film ini banyak mengulas tentang jenis-jenis kopi di Indonesia, konsep kedai kopi, berbagai jenis penyajian kopi, dan cara menikmati kopi. Dengan suguhan hal-hal tersebut, membuat penonton terpantik untuk pergi ke kedai kopi dan mencoba meminum kopi.

Hal ini menjadikan peluang membuka usaha kedai kopi menjadi besar. Periode tahun 2017 sampai tahun 2021 banyak kedai kopi yang berdiri secara masif di Cianjur. Dengan berbagai konsep kedai kopi yang disuguhkan agar bisa menarik pelanggan untuk datang dan menikmati kopi.

---

<sup>7</sup> Ibid

<sup>8</sup>Mustika Treisna Yuliandri, 'Evolusi Kedai Kopi', 12 November 2015, <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/> diakses 28 Mei

Seiring berkembangnya zaman, banyak kedai kopi di Kabupaten Cianjur memiliki konsep yang menarik. Untuk memikat hati pengunjung, berbagai inovasi mulai bermunculan mulai dari konsep interior yang *instagramable*, konsep kedai kopi yang menyediakan buku-buku bacaan sebagai teman untuk ngopi, sampai fasilitas *wifi* yang mendukung pengunjung untuk mengerjakan tugas kantor atau kuliah.

Dilihat dari bermacam-macamnya aktivitas dan latar belakang serta status pengunjung kedai kopi, maka kedai kopi menunjukkan perannya sebagai ruang publik bagi masyarakat khususnya Kabupaten Cianjur. Saat ini minum kopi merupakan sebuah aktivitas yang memiliki ruang atau media interaksi antara orang-orang dari kelas sosial yang berbeda. Fungsi kedai kopi mulai berubah, dari tempat minum menjadi ruang publik milik seluruh elemen masyarakat. Dari mulai kalangan remaja sampai yang sudah berkeluarga datang ke kedai kopi, tidak hanya sebagai tempat bersantai, tetapi juga tempat mengobrol atau berinteraksi, bahkan termasuk ruang rekreasi. Kegiatan tersebut dinamakan aktivitas ruang publik.

Dari pengertian ruang publik sendiri menurut Jurgen Habermas, adalah suatu kejadian atau realitas yang terjadi dan ada di kehidupan masyarakat dimana terdapat interaksi untuk bertukar pikiran atau pandangan dalam membahas persoalan-persoalan yang ada saat itu yang menjadi perhatian umum sehingga menghasilkan pendapat umum<sup>9</sup>. Dari penjelasan tersebut, dirasa sama dengan keadaan di sebuah kedai kopi, dimana beberapa pengunjung ada yang bertukar pikiran dan pendapat

---

<sup>9</sup>Jurgen Habermas, Ruang publik: *Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis* (Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2007) hlm.17

tentang bisnis, sampai kritik atas suatu kebijakan pemerintah yang dinilai tidak memihak masyarakat. Untuk sebab itu lah peran kedai kopi saat ini adalah sebagai ruang publik.

Kemudian dalam sebuah kedai kopi biasanya para pengunjung kedai kopi melakukan beberapa aktivitas yang ringan, satu diantaranya melakukan komunikasi secara langsung. Seperti barista dan pengunjung kedai kopi menanyakan menu, harga, dan proses pembuatan kopi. Akan tetapi tidak hanya itu saja, Banyak hal yang dapat pengunjung bahas mulai dari pembahasan umum hingga pembahasan khusus personal seperti curhat, lalu diskusi antar organisasi, dan edukasi dari sebuah komunitas untuk masyarakat umum. Untuk itu selain untuk menikmati kopi, kedai kopi juga memiliki fungsi sebagai media atau sarana interaksi sosial.

Interaksi yang terjadi di sebuah kedai kopi bisa terjadi secara beragam karena saat ini kedai kopi bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi tetapi lebih dari itu, jadi pengunjung kopi memiliki motif-motif untuk berinteraksi di sebuah kedai kopi. Ada yang hanya sekedar curhat tentang masalah individu seperti percintaan, masalah tentang pekerjaan, atau bentuk kerjasama antar perusahaan, rapat antar organisasi atau bahkan membicarakan isu-isu politik yang sedang hangat diperbincangkan. Beberapa kedai kopi bahkan membuat nobar (nonton bareng) tentang beberapa film dokumenter yang bertemakan isu sosial, politik sampai lingkungan dan menggelar diskusi tentang film tersebut dengan sebuah komunitas dan pengunjung kedai kopi yang hadir.

Tata ruang dalam sebuah kedai kopi juga mempengaruhi sebuah interaksi sosial, seperti jumlah meja untuk pengunjung, semakin banyak kedai kopi yang

menyediakan meja dan kursi semakin beragam pula bentuk interaksi sosial yang terjadi di sebuah kedai kopi. Karena pengunjung kedai kopi yang datang pada kedai kopi yang kapasitasnya luas biasanya akan berlama-lama disana dengan berbagai macam pembahasan. Berbeda dengan kedai kopi yang menyediakan meja dan kursi yang sedikit, biasanya kedai kopi tersebut memiliki konsep kedai hanya untuk menikmati kopi sejenak atau isitilahnya adalah *coffee break*. Untuk itu, kapasitas tempat kopi berpengaruh terhadap pola interaksi yang ada di kedai kopi.

Kedai kopi saat ini sudah menjadi ruang publik yang bisa diakses hampir seluruh elemen masyarakat, tidak hanya sebagai tempat bersantai menikmati kopi, akan tetapi sebagai ruang untuk berinteraksi antar satu sama lain dan sebagai ruang ekspresi. Untuk itu lah beragam bentuk pola interaksi terjadi disana.

Salah satu kedai kopi yang menjadi ruang publik seperti yang dijelaskan di atas adalah Wiedu Coffee and Space. Kedai kopi ini terletak di Jl. Dipawangi No.40, Kabupaten Cianjur. Mengusung Coffee and Space, Wiedu berhasil membuat kedai kopi menjadi ruang publik yang bebas diakses untuk ruang berkreasi, berinovasi dan berinteraksi, oleh pengunjungnya. Beberapa agenda acara telah terjadi di kedai kopi tersebut. Seperti diskusi publik, pameran karya seni, pertunjukan musik, hingga *workshop*. Kedai kopi Wiedu juga memiliki tempat yang luas, desain interior yang *cozy* dan tempat kursi yang banyak sehingga memungkinkan beragam interaksi terjadi disana, dari mulai yang individu hingga kelompok.

Banyak kolaborasi yang terjadi antara pengunjung dan komunitas yang terjadi di kedai Wiedu Coffee and Space. Seperti agenda rutin yang dibuat komunitas

ruang setiap bulannya yaitu ruang *talks*, yaitu diskusi mengenai hal-hal yang berbau industri kreatif dan kuliner di sekitaran Cianjur. Lalu ada musik malam minggu, kerjasama antara para musisi Cianjur dengan Wiedu Coffee and Space yang menggelar pentas musik di setiap malam minggu, dan agenda lainnya.

Kemudian dari segi pengunjung kedai kopi Wiedu sangat bervariasi, mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pekerja, pembisnis, seniman dan lainnya. Aktivitas pengunjung juga berbeda-beda, ada yang sengaja datang sendiri untuk mengobrol dengan barista sambil menikmati kopi, mengerjakan tugas dengan memanfaatkan *wifi*, rapat organisasi, ngobrol tentang bisnis, berkreasi seperti memainkan musik, hingga curhat masalah pribadi dengan teman.

Dilihat dari beragamnya pengunjung yang datang ke Kedai Wiedu Coffee and Space dari mulai usia yang berbeda-beda, profesi yang berbeda hingga motif yang berbeda, menjadikan Wiedu Coffee and Space saat ini sebagai ruang publik yang menjadi tempat terjadinya interaksi sosial. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana interaksi sosial para pengunjung Wiedu Coffee and Space.

## B. Identifikasi Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan guna menghindari perluasan materi yang akan diteliti, peneliti membuat batasan-batasan permasalahan yang akan diteliti, yakni sebagai berikut:

1. Maraknya kedai kopi yang bermunculan dan intensitas pengunjung kedai kopi yang sama banyak menjadi suatu fenomena yang akan dikaji sebagai gambaran untuk mengetahui motif pengunjung kedai kopi datang dan berlama-lama di kedai kopi.
2. Intensitas pengunjung kedai kopi yang berinteraksi satu sama lain menjadikan fenomena tentang proses interaksi sosial yang perlu dikaji
3. Banyaknya pengunjung kedai kopi yang tidak hanya melepas penat untuk datang ke kedai kopi, tetapi menjadi sarana menghabiskan waktu sambil berbincang – bincang. Hal ini menjadikan suatu fenomena tersebut menjadi bahan kajian kedai kopi sebagai ruang publik.
4. Dari beberapa pengunjung yang datang ke kedai kopi, ada individu atau kelompok yang saling berinteraksi menjadi suatu fenomena yang akan dikaji tentang pola interaksi sosial pengunjung kedai kopi.
5. Beberapa kedai kopi membuat konsep ruang bebas, sebagai bentuk ekspresi bahwa kedai kopi bukan hanya tempat menikmati kopi, tetapi bisa dijadikan tempat aktivasi ruang seperti berkesenian ataupun hal intelektual seperti diskusi atau *talkshow*.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah di atas, agar memudahkan pemahaman terhadap permasalahan yang akan diteliti dan yang akan dikaji lebih mendalam serta lebih terarah pembahasannya sesuai dengan fokus yang akan ditentukan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses interaksi sosial pengunjung kedai Wiedu Coffee and Space ?
2. Faktor apa yang menyebabkan terjadinya interaksi sosial di kedai Wiedu Coffee and Space?
3. Bagaimana bentuk pola interaksi sosial pengunjung kedai Wiedu Coffee and Space?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses interaksi sosial pengunjung kedai Wiedu Coffee and Space
2. Untuk mengetahui faktor interaksi sosial di kedai Wiedu Coffee and Space
3. Untuk mengetahui pola interaksi sosial yang terjadi di kedai Wiedu Coffee and Space

## **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah diuraikan, diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat diantaranya:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu khususnya ilmu sosiologi dan juga pengetahuan baru mengenai kedai kopi sebagai ruang publik dan pola interaksi pengunjung di sebuah kedai kopi.

### **2. Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khazanah pengetahuan mengenai kedai kopi sebagai ruang publik dan pola interaksi pengunjung kedai kopi, baik bagi peneliti dan orang lain serta dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi bagi para peneliti untuk penelitian yang akan dilakukan dikemudian hari dan menjadi pembelajaran bagi setiap orang yang akan membuka kedai kopi atau yang sudah membuka kedai kopi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam rangka meningkatkan fungsi kedai kopi sebagai ruang kreasi, inovasi, kolaborasi dan media interaksi.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Saat ini banyak sekali kedai kopi yang marak dengan berbagai konsep yang disuguhkan. Tidak hanya sebagai tempat melepas penat dan menikmati kopi, tetapi sebagai arena untuk berkumpul dan berinteraksi satu sama lain.

Proses bertemunya seseorang dengan orang lain atau kelompok lain disebut interaksi sosial, kemudian mereka saling menyapa, berbicara, bekerja sama, dan bisa menggapai tujuan bersama.<sup>10</sup>

Interaksi sosial mengacu pada hubungan dinamis antara individu, antara individu dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok. Interaksi tersebut dapat berupa kerjasama yang saling menguntungkan, persaingan, atau bahkan konflik, dan bisa juga penyelesaian masalah yang memiliki dampak saling menolong. Saat ini banyak pengunjung kedai kopi yang tidak hanya datang untuk menikmati kopi, tetapi untuk ngobrol tentang bisnis, diskusi tentang politik, dan hanya untuk sekedar curhat dengan temannya.'

Dalam sebuah interaksi tidak semata-mata terjadi begitu saja, ada beberapa proses interaksi sosial. Yang pertama adanya sebuah kontak sosial. Istilah kontak sosial berasal dari kata latin *Crun* atau *Con*. Artinya bersama-sama dan *Tangere* artinya menyentuh.<sup>11</sup> Kontak sosial secara harafiah berartikan menyentuh secara bersama, namun dalam pengertian sosiologis, kontak sosial tidak harus berupa sentuhan fisik yang berartikan menyentuh secara bersama, namun dalam pengertian sosiologis, kontak sosial tidak harus berupa sentuhan fisik, tetapi dengan suatu kepekaan respon terhadap aksi yang menghasilkan reaksi.

Kemudian yang kedua adalah komunikasi. Komunikasi adalah proses menjelaskan tindakan orang lain. Dengan sebuah tafsiran, seseorang dapat mewujudkan tindakannya sebagai reaksi atas suatu maksud atau pesan yang

---

<sup>10</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: CV. Rajawali, 1982), hlm.55

<sup>11</sup> Sudariyanto, *Interaksi Sosial* (Alprin: Semarang, 2019), hlm.22

disampaikan oleh pihak lain.<sup>12</sup> Jadi komunikasi adalah cara menafsirkan maksud seseorang dan merespon maksud tersebut.

Dalam interaksi sosial ada beberapa faktor yang mempengaruhi interaksi tersebut bisa terjadi. Yang pertama adalah imitasi, yang merupakan sebuah proses dimana seseorang meniru orang lain. Kemudian yang kedua adalah sugesti. Dimana pengaruh dari sesuatu bisa menggerakkan orang lain sehingga orang tersebut terpengaruh tanpa harus berpikir panjang. Yang ketiga adalah identifikasi. Kecenderungan atau keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Dan yang keempat adalah simpati. Sebuah rasa ketertarikan yang ditimbulkan oleh satu orang, yang kemudian membuat mereka tampak berada dalam situasi orang lain<sup>13</sup>.

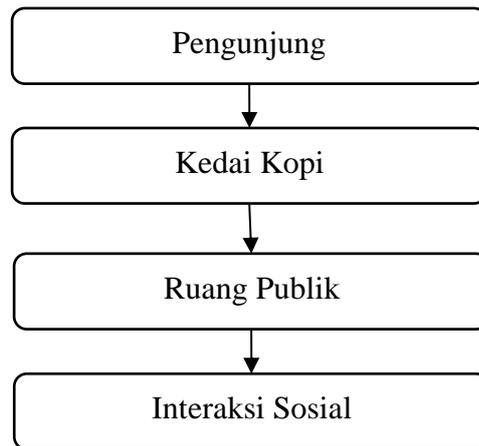
Yang terakhir adalah bentuk pola interaksi sosial. Pola interaksi ini menurut Gillin dan Gillin. Pertama ada Asosiasi yang merupakan suatu bentuk interaksi yang memiliki sifat positif, seperti kerjasama, lalu akomodasi yang bisa menjadi penengah dalam penyelesaian konflik, dan Asimiliasi yaitu penggabungan kebudayaan yang menghasilkan suatu budaya positif yang baru dalam masyarakat.

Kemudian ada bentuk disosiatif, yakni bentuk interaksi yang menekankan pada proses oposisi, seperti persaingan, kontravensi, dan pertentangan. Disosiatif memang berbeda dengan asimilasi akan tetapi kedua hal tersebut ada pada interaksi sosial.

---

<sup>12</sup> Sudariyanto, Op.Cit., hlm. 25

<sup>13</sup> Sudariyanto, Op.Cit., hlm. 29



**Gambar 1.1 Skema Konseptual**

