

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi pada dasarnya merupakan sesuatu yang menarik untuk dibicarakan, karena kopi menjelma menjadi sesuatu yang selalu diburu dan digemari dari dulu hingga saat ini di Indonesia. Apabila kita berbicara mengenai kopi, maka tidak terlepas dengan tempat yang menawarkan atau menjual aneka minuman kopi yaitu kedai kopi. Keberadaan kopi yang semakin dicari pada saat ini mendorong lahirnya kedai-kedai kopi dengan segala hal bernuansa modern yang menawarkan kopi dengan berbagai jenis, rasa dan penyajiannya. Kedai-kedai kopi bernuansa modern (coffe shop) dengan berbagai nama terkenal di dunia bermunculan di kota-kota Indonesia, namun keberadaan coffe shop tersebut belum mampu memusnahkan keberadaan kedai-kedai kopi tradisional yang telah duluan hadir.

Kopi sebenarnya adalah topik yang menarik untuk dibahas, karena sejak dulu hingga sekarang, kopi telah menjadi sesuatu yang dicari dan disukai di Indonesia. Ketika membahas tentang kopi, kita tidak bisa lepas dari lokasi yang menyediakan atau menjual berbagai minuman kopi, yaitu kedai kopi. Permintaan kopi yang terus meningkat saat ini mendorong bermunculannya kedai-kedai kopi dengan nuansa modern yang menyediakan berbagai jenis, rasa, dan cara penyajian kopi. Kedai kopi dengan nuansa modern (coffee shop) yang memiliki berbagai nama terkenal di dunia mulai muncul di kota-kota Indonesia, tetapi keberadaan coffee shop tersebut belum dapat menghilangkan keberadaan kedai kopi tradisional yang sudah ada lebih dulu.

Minum kopi mungkin merupakan sedikit dari kata kerja yang bisa mewakili banyak aktivitas. Mulai dari menyantap makanan dan minuman, negosiasi bisnis tukar pikiran dalam pekerjaan, reuni dengan kawan lama, sampai bincang-bincang non formal di pinggir jalan. Minum kopi di kedai kopi (ngopi) juga adalah aktivitas yang tak peduli status sosial, tanpa membedakan perbedaan jenis kelamin, strata sosial, usia atau apapun yang dapat menjadi penyekat kepopuleran sebutan ngopi ini. Kedai kopi tidak membedakan pengunjungnya baik laki-laki maupun perempuan, kaya atau

miskin

Mengonsumsi kopi bisa menjadi salah satu dari sekian banyak kata kerja yang mengungkapkan beragam aktivitas. Dari menikmati hidangan dan minuman, negosiasi bisnis, berbagi ide dalam pekerjaan, pertemuan dengan teman lama, hingga percakapan santai di tepi jalan. Menikmati kopi di warung kopi (ngopi) merupakan kegiatan yang tidak memperhatikan status sosial, tanpa memisahkan perbedaan gender, kelas sosial, usia, atau faktor lain yang dapat menjadi penghalang bagi popularitas istilah ngopi ini. Kedai kopi tidak membedakan pengunjungnya, baik itu pria atau wanita, kaya ataupun miskin, tua maupun muda, dari budaya manapun dan kelompok apapun.

Di Indonesia sendiri banyak dijumpai berbagai warung kopi tua yang masih berdiri hingga sampai sekarang menurut catatan dari historia.id yang merupakan salah satu majalah sejarah online pertama di Indonesia warung kopi Tinggi Jakarta adalah warung kopi legendaris di Indonesia dibuka pada tahun 1878, warung kopi Purnama Bandung berdiri tahun 1930, warung kopi Solong Aceh sejak tahun 1964 Atau jika ingin mengunjungi yang lebih dekat kita bisa pergi ke Klodjen Malang, warung kopi di Indonesia memiliki kekhasan yaitu menjadi tempat khususnya bagi kaum lelaki untuk minum-minum dan berkumpul. Kebiasaan kumpul di warung kopi merupakan salah satu pilihan gaya hidup sekelompok masyarakat di sebagian wilayah di Indonesia.

Di Indonesia terdapat banyak warung kopi tua yang masih ada sampai kini. Menurut catatan dari historia.id, yang merupakan salah satu majalah sejarah online pertama di Indonesia, warung kopi Tinggi Jakarta merupakan warung kopi legendaris yang dibuka pada tahun 1878, sementara warung kopi Purnama Bandung didirikan pada tahun 1930, dan warung kopi Solong Aceh sudah ada sejak tahun 1964. Jika ingin mengunjungi yang lebih dekat, kita bisa pergi ke Klodjen Malang. Temuan penelitian independen Toffin bersama Majalah MIX Marcomm menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam tiga tahun terakhir. Jumlah gerai kopi melonjak drastis dari 1.083 gerai pada tahun 2016 menjadi 2.937 gerai. Pertumbuhan kedai kopi ini berkontribusi pada kenaikan angka konsumsi kopi di Indonesia.

Tabel 1.1

Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia

Tahun	Konsumsi (Ton)	Peningkatan (Ton)
2021	288.000	3000
2022	294.000	6000
2023	330.000	36000
	Total	45000

Sumber : *International Coffe Organization, 2023*

Pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwasanya perkembangan konsumsi kopi masyarakat Indonesia selama tiga tahun terakhir , konsumsi kopi masyarakat Indonesia telah mengalami kenaikan sebesar 45.000 ton. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumsi kopi masyarakat Indonesia mengalami kenaikan di setiap tahunnya.

Bagi sebagian penikmat kopi, menikmati secangkir kopi merupakan hal yang biasa dilakukan untuk melepaskan kepenatan. Minum kopi bisa dijadikan sebagai media untuk mengembalikan fisik yang lelah dan membangkitkan gairah untuk berpikir lebih positif. Namun pada kenyataanya aktivitas ini melebihi dari itu, tetapi bagaimana interaksi yang menyertai di dalam aktivitas minum kopi akan berdampak lebih luas. Misalnya para pebisnis atau pegawai kantor menikmati secangkir kopi untuk mengadakan rapat, berhubungan dengan relasi lain atau menciptakan suasana baru di luar lingkungan kerja, sekelompok atau perorangan menjadikan warung kopi sebagai tempat pencarian hidup, sumber informasi, dan bersosialisasi. Di kalangan mahasiswa, menikmati secangkir kopi bisa dikatakan bermakna apabila dilakukan di warung kopi sambil diselingi dengan diskusi kecil, warung kopi berusaha menjaring lebih banyak konsumen supaya tradisi turun-temurun ini tidak punah. Sejumlah tempat minum kopi didesain secara khusus, sehingga suasana minum kopi menciptakan rasa nyaman dan bersahabat, Konsumsi kopi masyarakat Indonesia telah meningkat sebesar 45.000 ton

selama tiga tahun terakhir, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 di atas. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konsumsi kopi masyarakat Indonesia meningkat setiap tahun.

Menikmati secangkir kopi adalah kebiasaan bagi mereka yang menyukai kopi untuk menghilangkan kepenatan. Kopi dapat membantu Anda pulih dari kelelahan fisik dan mendorong Anda untuk berpikir lebih positif. Namun, aktivitas ini melebihi itu. Interaksi yang menyertai aktivitas minum kopi akan berdampak lebih luas. Misalnya, para bisnis atau karyawan kantor menikmati secangkir kopi untuk mengadakan pertemuan, menjalin hubungan dengan orang lain, atau menciptakan suasana baru di luar tempat kerja. Selain itu, sekelompok orang atau individu menjadikan warung kopi sebagai tempat untuk menemukan informasi, berkumpul, dan bersosialisasi. Di kalangan mahasiswa, menikmati secangkir kopi di warung kopi sambil terlibat dalam diskusi kecil adalah sesuatu yang signifikan. Warung kopi berusaha untuk mempertahankan tradisi ini agar tetap ada. Sebagian besar tempat kopi didesain secara khusus untuk memberikan suasana yang nyaman dan ramah.

Warung kopi erat hubungannya dengan ruang publik, fungsi warung kopi tersebut yang menjadikan ruang yang dapat dinikmati, ditempati oleh siapa saja. Fungsi tersebut menghadirkan warung kopi sebagai ruang yang bebas bagi setiap orang. Habermas mengatakan tiga hal ideal normative dalam konsep ruang publik (Habermas, 1989). Pertama, ruang publik merupakan sejenis pergaulan sosial yang sama sekali tidak mengasumsikan kesamaan status antar orang karena konsep status dalam ruang publik sendiri dipandang tidak memiliki signifikansi apa pun. Dalam hal ini preferensi akan kedudukan diganti oleh nilai kebijaksanaan yang setara dengan nilai persamaan setiap orang. Dalam ruang publik hal yang menduduki tempat yang lebih tinggi dibanding dengan yang lain bukanlah status, pangkat, harta, atau keturunan, melainkan argumen yang lebih baik. Kedua, meskipun setiap orang memiliki kepentingan berbeda-beda yang mungkin saja dipengaruhi oleh perbedaan status, kepentingan sendiri juga dipandang tidak memiliki signifikansi. Apa yang menyatukan orang-orang yang bertemu di ruang publik adalah kesamaan akan penggunaan rasio yang berkarakter “tanpa kepentingan” (“disinterested” interest of reason). Artinya, justifikasi terhadap argumen yang muncul dalam ruang publik haruslah berlandas kepada kepentingan

umum dan bukannya kepentingan partikular. Ketiga, ruang publik pada prinsipnya bersifat inklusif. Inklusifitas ini tercermin dari formalitas dari syarat untuk dapat berpartisipasi dalam ruang publik, yaitu setiap anggota umat manusia yang dapat menggunakan rasionalitasnya. Prinsip-prinsip ideal tersebut bersifat ketentuan bagi ruang publik karena tegak atau runtuhnya ruang publik bersama dengan prinsip tersebut.

Madanipour (2003) menyatakan bahwa komunitas kota sebelumnya telah mengidentifikasi area perkotaan yang harus dianggap sebagai ruang publik. Dengan memberikan ruang publik yang tepat di tengah, nilai ini dapat dipenuhi di daerah perkotaan. Ketersediaan ruang publik, interaksi sosial, perilaku minum kopi, daya tarik kafe, dan distribusi gairah adalah semua faktor yang menentukan kualitas masyarakat perkotaan. Kualitas dari masyarakat itu sendiri juga ditentukan oleh dari adanya ketersediaan ruang publik yang dapat memberikan kualitas mereka dalam berinteraksi sosial, perilaku mereka dalam minum kopi, juga daya tarik dari warung kopi, yang dimana dapat menyalurkan kegemaran mereka agar merasa nyaman, senang, sekaligus menambah rasa cinta masyarakat untuk melakukan berbagai hal dikotanya.

Ruang publik juga dapat didefinisikan sebagai tempat di mana semua orang dapat berbicara secara kritis dan terbuka. Pada ruang publik, orang-orang dari berbagai komunitas berkumpul untuk membentuk sebuah publik di mana masyarakat ini akan mengawasi kekuasaan negara dan pemerintah. Dalam ruang publik, orang memiliki kebebasan untuk berbicara, berkumpul, memiliki media bebas, dan berpartisipasi secara bebas dalam perdebatan politik dan proses pengambilan keputusan. Selain itu, ruang publik dalam konteks ini mencakup sumber daya informasi seperti surat kabar dan jurnal. Tempat minum dan kopi, balai pertemuan, dan tempat lain di mana orang berbicara tentang hal-hal sosio-politik juga termasuk dalam kategori ruang publik. Begitu juga keadaan yang dapat digambarkan di kedai kopi keberadaan kedai kopi sebagai ruang publik dapat dilihat dengan aktivitas masyarakat selama berada di kedai kopi. Kedai kopi menjadi tempat orang-orang dari berbagai latar belakang berkumpul untuk berbicara bebas tentang segala hal. Termasuk situasi sosiopolitik saat ini di masyarakat. Masyarakat sering berbicara tentang kebijakan pemerintah dalam segala

hal, kesalahan pejabat, dan faktor sosio-politik lainnya yang mengawasi kekuasaan negara.

Kedai kopi yang merupakan ruang publik menjadikan masyarakat bebas berpendapat mengenai berbagai hal yang diperhatikannya, termasuk sosio-politik dalam melakukan kontrol terhadap kekuasaan pemerintah dan negara. Pembicaraan kedai kopi seringkali membicarakan sesuai kondisi kekinian di daerah, negara bahkan dunia. Fungsi kedai kopi sebagai ruang publik ini seringkali dimanfaatkan oleh peneliti-peneliti sosial dalam memperoleh data yang dibutuhkan, meskipun keakuratan datanya masih harus diuji terlebih dahulu.

Seiring berkembangnya zaman di Indonesia, ruang publik memang tidak pernah dipikirkan kecuali tugu peringatan momentum politik. Ruang publik adalah sintesa menuju kesetaraan dan keseimbangan dalam kemasyarakatan. Dimana masyarakat juga membutuhkan lingkungan yang kondusif dan estetik untuk menciptakan gagasan baru dalam kehidupan bermasyarakat. Ruang publik dapat dimaknai sebagai Dz cermin peradaban Dz dimana jika ruang publik itu kotor, rusak, dan tidak dikelola maka menjadi pertanda bahwa terjadi dominasi kekuatan politik baik tingkat lokal maupun nasional dalam bentuk pembiaran. Epilog dari kertas kerja ini mengharapkan adanya sosiolog Indonesia yang menggali dan merumuskan makna ruang publik berdasarkan nuansa kearifan lokal dan kebangsaan baik dalam bentuk konsep maupun praktik.

Sosiolog Juergen Habermas telah berupaya melakukan integrasi antara konsepsi ruang publik dengan tindakan komunikatif sehingga memperluas (expanding) logika pembagian peranan kekuasaan.¹¹ Pada konsepsi ini, kekuasaan dalam masyarakat tidak lagi terpusat pada otoritas tunggal namun memiliki klasifikasi berdasarkan historis dan yuridis. Pada kerangka teoritis Habermas bahwa untuk menuju suatu keseimbangan memerlukan kondisi komunikasi yang dapat menumbuhkan kekuatan solidaritas sehingga mampu melawan dominasi kekuatan pasar (keuangan) dan kuasa formal (birokrasi-pemerintahan). Ruang publik kemudian dimengerti sebagai kekuatan otonom yang berbeda dari Pemerintahan Negara dan Pasar. Ruang publik berdiri atas otonomisasi karena mendapatkan sumber dukungan kemaslahatan sehingga keberadaannya tidak bergantung pada kekuasaan administratif ataupun ekonomi yang

kapitalistik.

Keanekaragaman latar belakang yang dimiliki oleh para pengunjung kedai kopi semakin menunjukkan bagaimana kedai kopi digunakan sebagai ruang publik. Selain itu, kebebasan berbicara tanpa takut tersinggung dalam interaksi sosial di kedai kopi. Kunjungan ke kedai kopi sendiri tidak pernah dibatasi oleh latar belakang. Karena itu, jika kita perhatikan, berbagai jenis orang selalu duduk dan beraktivitas di kedai kopi. Mulai dari yang muda hingga yang tua, laki-laki dan perempuan, dari yang kaya hingga miskin, dari berbagai suku bangsa, pekerjaan, dan latar belakang pendidikan. Di kedai kopi, interaksi sosial tidak hanya terjadi antara penjual dan pembeli, tetapi juga antara orang-orang yang tidak saling kenal. Ini biasanya terjadi karena ada diskusi menarik di sebuah meja yang menarik orang dari meja lain untuk mendengar dan ikut berpartisipasi dalam diskusi meskipun mereka tidak saling kenal. Ini menunjukkan lebih lanjut betapa demokratisnya kedai kopi ini dalam hal kegiatan yang dilakukan oleh pengunjungnya.

Namun dibalik itu semua perlu juga dibentuk sebuah kesadaran masyarakat perihal tentang ruang publik, peran setiap individu yang membentuk masyarakat di ruang publik tidak dapat menjamin terhadap berlangsungnya kenyamanan ruang publik. Apabila terjadi ketidaknyamanan (the discomfort) dalam ruang publik maka struktur ruang publik telah didominasi oleh kekuatan politik tertentu yang sengaja melakukan dominasi atas konsepsi republik. Pada konsepsi ini, antara struktur dan infrastruktur yang bersifat materi selalu menunjang ada atau tiadanya ruang publik. Maka dari itu pengamat Komunikasi Sosial France Aubin menyatakan garis perbedaan yang menghubungkan antara public space (*ldzescape public Dz*) yang bersifat ruang publik secara lokasi fisik atau infrastruktur ruang publik yang disediakan oleh tatanan Republik dengan public sphere (*sphere publique*) sebagai suatu pola pikir (*mindset*) yang apabila setiap warganegara menggunakannya perlu mendahulukan kepentingan publik daripada keperluan privat. Aubin memberikan model kinerja public sphere yang berlangsung di perkotaan Eropa. Pada lingkup perkotaan ini menggambarkan subjek-subjek tentang perwujudan budaya jalanan (*street culture*), keragaman permainan lapangan (*playing fields*), dan rancangan arsitektur yang mendukung adanya

kontribusi kolektif-deliberatif atas pertanyaan pertanyaan yang bersifat umum seperti demokrasi, masyarakat sipil, dan opini publik.

Di Kabupaten Bojonegoro hampir sepanjang jalan mulai dari jalan utama maupun jalan tembusan dan permukiman warga dapat dijumpai warung kopi, keberadaan dari warung kopi sendiri di Kabupaten Bojonegoro juga mempunyai ciri khas tersendiri dari tiap warung-warung tersebut, yang tentunya itu sebagai salah satu daya tarik tersendiri untuk menarik pelanggan mulai dari warung kopi yang berkonsep tradisional maupun yang berkonsep modern.

Pada penelitian kali ini peneliti akan memilih Warkop Ferguso dikarenakan ada beberapa alasan mengapa peneliti memilih lokasi tersebut yaitu karena warung kopi ferguso merupakan salah satu tempat yang lumayan terkenal di Kabupaten Bojonegoro, terutama di pandangan masyarakat kecamatan sumberrejo. Warung kopi itu telah di jadikan untuk berkumpul para komunitas motor di bojonegoro dan juga para pekerja lepas untuk berdiskusi, bercanda ria atau sebagai ruang pertemuan antar komunitas motor. Dan Juga mahasiswa mahasiswi khususnya kabupaten Bojonegoro untuk sekedar berkumpul dan berdiskusi bersama teman teman sebayanya, berdasarkan hal diatas maka membuat warung kopi menjadi satu perbedaan dari warung kopi lainnya yang sekedar dibuat nongkrong sehingga menjadi alasan peneliti dalam melakukan proses pannelitian.

Warkop Ferguso Berlokasi di Jalan raya Babat – Caruban No. 112, Dusun Badug, Desa Sumuragung, Kabupaten Bojonegoro, Tempat ini sangatlah terkenal di semua kalangan khususnya kalangan komunitas motor di Kabupaten Bojonegoro dan para mahasiswa , dengan desain warung dan menu minumannya yang sangat unggul, Hal inilah yang pada akhirnya mendorong saya sebagai penelito untuk melakukan peneitian dengan menggunakan judul “ **Sarana Ruang Publik di Warung Kopi (Studi Di Warung Kopi Ferguso)**“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diambil peneliti adalah :

1. Bagaimana warung kopi Ferguso di Kabupaten Bojonegoro mempresentasikan

eksistensinya sebagai ruang publik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan di atas maka tujuan penelitian di dalam skripsi ini adalah sebagai berikut.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan dan peran warung kopi sebagai Ruang Publik Masyarakat di Kabupaten Bojonegoro.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tentang usaha warung kopi di Kabupaten Bojonegoro dalam upaya mempresentasikan eksistensinya sebagai ruang publik .

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini terbagi menjadi beberapa manfaat yaitu manfaat praktis dan teoritis. Adapun peran dari manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1.3.1 Manfaat Praktis

1. Berdasarkan sudut pandang dari peneliti manfaat penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan secara mendalam mengenai upaya warung kopi ferguso mempresentasikan dirinya menjadi ruang public
2. Memberikan pengalaman terhadap peneliti dalam mengaplikasikan ilmu sosiologi yang telah diketahui dan didapat selama perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam kehidupan nyata.
3. Berharap bahwa penelitian ini agar bermanfaat sebagai rujukan penelitian sejenis dalam melakukan kajian sosiologis didalam aktifitas masyarakat di Kedai Kopi.

1.3.2 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam pengaplikasian ilmu Sosiologi dalam interaksi sosial masyarakat di Warung Kopi ferguso di Kabupaten Bojonegoro.