

# **WARUNG KOPI di KOTA KALONG :**

**(Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di  
Watansoppeng)**

## **SKRIPSI**



**MUHAMMAD SHOLEH RUSLAN**

**NIM: E51116508**

**ANTROPOLOGI SOSIAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

### WARUNG KOPI di KOTA KALONG :

( *Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di  
Watansoppeng* )

Disusun dan diajukan oleh:

**MUHAMMAD SHOLEH RUSLAN**

**E511 16 508**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin pada tanggal 09 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

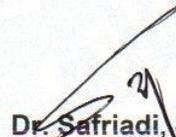
Menyetujui,

**Pembimbing Utama**



Dra. Hj. Nurhadelia, M.Si  
NIP. 19600913 198702 2001

**Pembimbing Pendamping**



Dr. Safriadi, S.IP. M.Si  
NIP. 19740605 200812 1001

**Ketua Departemen Antropologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin**



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si  
NIP. 19750823 200212 1 002

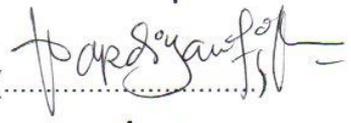
## HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh panitia ujian skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin di Makassar pada hari Selasa, tanggal 14, bulan Maret, tahun 2023, dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

Makassar, 14 Maret 2023

### Panitia Ujian

Ketua : Dr. Safriadi, M.Si (.....)  
NIP. 19740605 200812 1001

Sekretaris : Hardiyanti Munsil Lampe, S.Sos, Msi (.....)  
NIP. 19920207 201801 6 001

Anggota : 1. Dra. Hj. Nurhadelia, M.Si (.....)  
NIP. 19600913 198702 2001

2. Prof. Dr. Pawennari Hijang, MA (.....)  
NIP. 19591231 198609 1 002

Mengetahui,  
**Ketua Departemen Antropologi,  
Fisip, Universitas Hasanuddin**

  
**Dr. Tasrifin Tahara, M.Si**  
NIP. 19750823 200212 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Sholeh Ruslan  
Nim : E51116508  
Program Studi : Antropologi Sosial  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

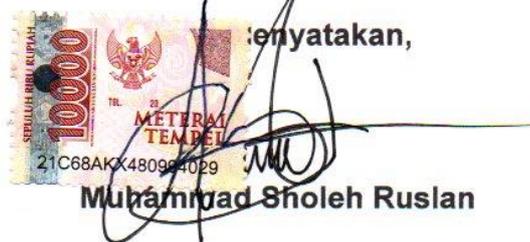
### WARUNG KOPI di KOTA KALONG :

( *Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di  
Watansoppeng* )

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 14 Maret 2023

Menyatakan,  
  
Muhammad Sholeh Ruslan

## **ABSTRAK**

Muhammad Sholeh Ruslan, E511 16 508 “Warung Kopi Di Kota Kalong (Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di Watansoppeng)”, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Dibawah bimbingan Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA, dan Dr. Tasrifin Tahara, S.Sos, M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh apa saja yang sebenarnya terjadi di Warung Kopi khususnya di Watansoppeng. Disini kita berbicara tentang keunikan kota Watansoppeng dari sisi interaksi masyarakat yang ada, dimana hal ini sebenarnya bukan cuman kota ini saja yang memiliki cara interaksi yang serupa, tapi salah satu ciri yang diangkat yaitu, masyarakat Watansoppeng yang menjadikan Warung kopi sebagai tempat sarana interaksi.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi dan terlibat langsung di dalam lapangan.

Kesimpulan penelitian ini adalah menggambarkan kegiatan dan interaksi yang terjadi sesama pengunjung di warung kopi. Warung kopi merupakan sarana interaksi sosial, pusat informasi dan sarana hiburan.

Kata Kunci : Warung Kopi, Masyarakat, Sarana Interaksi Sosial, Pusat Informasi dan Sarana Hiburan.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Tuhan yang Maha Esa, maha pengasih dan penyayang atas segala kesehatan, kemudahan dan kasih sayang yang tiada henti yang diberikan kepada Penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Salam dan salawat tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabat yang telah mengantarkan umat manusia dari peradaban hidup yang jahiliyah menuju peradaban hidup yang penuh dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti saat ini.

Rasa haru dan bahagia bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “WARUNG KOPI DIKOTA KALONG : (Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di Watansoppeng)”.

Ucapan terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, Orangtua dan Keluarga serta Sahabat-sahabat atas segala doa dan bantuan yang telah diberikan kepada Penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu Penulis sangat mengharapkan saran dan pengajaran dari berbagai pihak terkait dengan penyajian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Makassar, November 2021

Yang Menyatakan,



Muhammad Sholeh Ruslan

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini adalah karya penulis sebagai manusia biasa, dan mustahil dapat terwujud. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa, dukungan, bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya atas budi baik semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Drs. Ruslan dan Ibunda Dra. Suriana atas kasih sayang, perhatian, dukungan, do'a, dan dorongan baik moril maupun materi kepada penulis. Kepada saudara(i) kandung penulis tercinta Kakak drg. Hadijatul Awaliah Ruslan, Adik Abdul Fatah Ruslan, Keluarga Besar H. Tepu Mallotteng dan H. Muhammadin telah memberikan semangat kepada penulis. Semoga ayahanda dan ibunda serta saudara(i) tercinta senantiasa dilindungi dan di Rahmati oleh Allah.SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini menemui banyak kendala dan hambatan, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA selaku Pembimbing I dan Dr. Tasrifin Tahara, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses penulisan skripsi ini. Pembuatan skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang diberikan secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis.

Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang

setulustulusnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada :

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para Wakil Rektor, staf dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta para staf dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. .
3. Dr. Yahya, MA. yang terhormat. selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. Muhammad Neil, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Depertamen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
5. Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA, atas segala kemudahan dan dedikasi yang telah diberikan selama menjabat selaku Ketua Departemen Antropologi Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai Pembimbing I, penulis banyak ucapkan terima kasih untuk meluangkan waktunya untuk penulis selama proses penulisan hingga selesainya skripsi ini..
6. Dr. Tasrifin Tahara, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis mulai dari penyusunan proposal hingga tersusunnya skripsi ini dan selalu memberikan arahan selama proses penulisan skripsi ini, penulis ucapkan banyak terima kasih.
7. Seluruh Dosen Pengajar, Staf dan jajarannya Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik yang telah berbagi ilmu selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.

8. Seluruh Staf akademik dan perpustakaan Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Staf FISIP UNHAS yang senang hati membantu dalam proses kelengkapan berkas selama menjadi mahasiswa.
9. Terima kasih kepada warga Himpunan Mahasiswa Antropologi FISIP UNHAS, yang telah memberikan semangat kepada penulis.
10. Terima kasih kepada warga KMP UNHAS, yang telah percayakan penulis sebagai mantan pengurus Kord.HUMAS dan memberikan suport kepada penulis.
11. Terima Kasih kepada teman-teman KKN Gel.99 Kota Pare-pare Kecamatan Ujung Posko Kelurahan Mallusetasi (Ta'lim, Ahmad, Taufik, Arnika, dan Diba) yang telah memberikan kenangan dan banyak pelajaran serta pengalaman berharga selama berada dilokasi KKN.
12. Terima Kasih kepada teman-teman Ujung Squad KKN Gel.99 Kecamatan Ujung (Kak Reza, Erwin, Dimas, Dian, Aya' dan Kak Teten) yang telah memberikan kenangan terindah dilokasi KKN dan memberikan pelajaran arti persaudaraan serta memberikan tawa canda yang selalu dilakukan.
13. Kepada siapapun yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.

## HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : MUHAMMAD SHOLEH RUSLAN

NIM : E511 16 508

JUDUL : WARUNG KOPI DIKOTA KALONG : (Studi Etnografi Mengenai Sarana Interaksi Bagi Masyarakat di Watansoppeng)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Hasanuddin, maupun pada perguruan tinggi lainnya. Dalam skripsi ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah ini dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Makassar, November 2021

Yang Menyatakan,



Muhammad Sholeh Ruslan

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	3
B. Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Tinjauan Konseptual .....	5
1. Warung Kopi .....	7
2. Interaksi Sosial .....	11
3. Komunitas .....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	16
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
A. Jenis Penelitian .....	20
B. Lokasi Penelitian .....	20
C. Teknik Penentuan Informan .....	21
D. Teknik Pengumpulan Data .....	22
E. Teknik Analisa Data .....	22
F. Etika Penelitian .....	23
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	24
A. Wilayah Administratif dan Penduduk Kabupaten Soppeng .....	24
B. Latar Sosial-Budaya Ekonomi Kabupaten Soppeng .....	29
C. Karakteristik Informan .....	30
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	32
A. Kriteria Warung Kopi Sebagai Sarana Forum Interaksi.....	32

B. Warung Kopi Sebagai Forum Interaksi Masyarakat	
Watansoppeng .....	36
B. 1. Warung Kopi Sebagai Ruang Publik .....	36
B. 2. “Ngopi” Sebagai Gaya Hidup Masyarakat	
Watansoppeng .....	38
B. 3. Aktifitas Pengunjung Warung Kopi .....	39
C. Pengunjung Warung Kopi .....	42
C. 1. Penikmat Kopi .....	43
C. 2. Penongkrong Warung Kopi .....	44
 BAB VI PENUTUP .....	 61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61
 DAFTAR PUSTAKA .....	 63

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kabupaten Soppeng, yang terletak di provinsi Sulawesi Selatan, dengan ibu kota yang di sebut Wantansoppeng, dikenal dengan banyaknya Warung Kopi yang terdapat di hampir setiap sudut kota tersebut, bahkan tidak sedikit dari warung kopi yang ada di pusat kota itu jaraknya berdekatan dan bahkan hingga berdempetan, namun tidak dipungkiri juga pengunjung setiap warung kopi yang ada setiap harinya ramai pengunjung. Watansoppeng, yang kerap juga di sebut dengan Kota Kalong. Banyaknya kelelawar yang terdapat di kota ini sejak dahulu yang membuat kota ini menjadi unik dan juga menjadi salah satu ciri khas kota Watansoppeng itu sendiri. Kelelawar yang hanya mau berdiam/bergelantungan pada pepohonan yang terdapat di pusat kota. Menjelang malam hari kelelawar-kelelawar tersebut akan berterbangan mencari makanan di pegunungan ataupun di beberapa tempat lainnya, menjadikan suatu pemandangan indah saat menjelang malam tersebut, dengan disertai Adzan Magrib yang berkumandang dan bersaut sautan dari beberapa masjid yang dapat kita dengar ketika berada tepat di pusat kota tersebut.

Namun disini kita tidak berbicara banyak tentang keunikan yang satu ini, disini kita berbicara tentang keunikan kota Watansoppeng dari sisi interaksi masyarakat yang ada, dimana hal ini sebenarnya bukan cuman kota ini saja yang memiliki cara interaksi yang serupa, tapi salah satu ciri yang diangkat yaitu, masyarakat Watansoppeng yang menjadikan Warung kopi sebagai tempat sarana interaksi.

Jika pertama kali berkunjung di Watansoppeng, anda akan menjumpai sekerumunan orang yang sedang duduk di warung kopi. Akan tetapi Kota yang dijuluki Kota Kalong ini jika dihitung jumlah warung kopi yang ada mungkin sekitar tiga puluhan lebih warung kopi, ini hanya

prediksi jumlah yang ada dipusat kota, belum lagi yang terdapat di pelosok atau di pemukiman warga yang berada jauh dari pusat kota.

Warung kopi yang terdapat di kota kalong ini tidak hanya menyajikan minuman kopi saja, akan tetapi berbagai jenis minuman diantaranya terdapat minuman dingin, teh, dan masih banyak jenis minuman yang lain. Berlama-lama di Watansoppeng anda akan semakin betah, jika sesekali mencoba ikut nongkrong di salah satu warung kopi yang ada di Kota Kalong ini. Seperti halnya sebagian warga Kelurahan Lemba yang merasa harinya tidak lengkap bila dalam sehari ia tidak nongkrong di warkop, satu hingga dua kali di pagi, dan sore hari, ataupun malam hari.

Dalam budaya minum kopi, yang telah menjadi sebagai gaya hidup ini makin dipertegas dengan kebutuhan modernisasi, warung kopi kini sebagai tempat proses pergaulan sosial, tempat nongkrong anak-anak *Jurnal Analisa Sosiologi 3 (2) 62* muda, sebagai tempat rapat yang nyaman, sebagai tempat sarapan dengan makanan cepat saji.

Masyarakat bisa menikmati kopi sambil beristirahat dan berbincang-bincang dengan rekan yang lain. Kebiasaan sebagian masyarakat tersebut dalam mengisi waktu luang dan menghabiskan uangnya dengan minum kopi di warung kopi menjadi kegiatan tersebut sebagai salah satu gaya hidup.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dinamika yang terjadi dalam budaya minum kopi sebagai gaya hidup kontemporer. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus bahasan adalah berperilaku konsumtif terhadap produk komoditi dari industri budaya, di mana produk komoditi yang telah di konsumsi masyarakat akan berubah menjadi objek tanda yang akan memberikan identitas bagi yang mengonsumsinya.

Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi oleh Jean P Baudrillard, bahwa menurut Campbell, masyarakat konsumen merupakan masyarakat yang cenderung diorganisasikan disepular konsumsi ketimbang produksi barang atau jasa,

sehingga masyarakat akan cenderung menyamakan level konsumsi yang tinggi dengan kesuksesan sosial dan kebahagiaan personal sebagai tujuan hidupnya.

Menurut Baudrillard, ciri dari masyarakat konsumen adalah masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menjadi logika hasrat, masyarakat tidak mengonsumsi nilai guna produk melainkan nilai tanda (Suyatno 2013 : 107-110). Pemakaian teori masyarakat konsumsi oleh Baudrillard tersebut berguna untuk memahami budaya masyarakat konsumsi peminum kopi di warung kopi Kota Watansoppeng. Pada budaya masyarakat konsumsi peminum kopi dipahami sebagai suatu kebudayaan yang melihat eksistensi diri peminum kopi dari segi banyaknya tanda yang dikonsumsi dan ditawarkan saat ini.

Dalam penelitian ini teori kebudayaan modern digunakan untuk memahami tragedi budaya pada peminum kopi, dimana individu akan menginternalisasi budaya obyektif yang dipengaruhi oleh industri budaya atau pasar yang nantinya akan terjadi pemekaran subyek. Budaya obyektif yang berlebihan telah ditandai munculnya budaya konsumtif. Tragedi budaya mengonsumsi *Jurnal Analisa Sosiologi 3 (2) 64* kopi akan terjadi ketika individu tidak mampu menginternalisasi budaya obyektif secara sempurna. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti ingin melihat alasan-alasan dan juga makna dari budaya konsumtif dalam mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi. Selanjutnya perilaku konsumtif dari masyarakat kontemporer juga ditandai oleh pemanfaatan waktu senggang. Di mana waktu senggang menjadi kebutuhan tersendiri, tidak hanya untuk istirahat sejenak dari rutinitas kerja yang dilakukan melainkan juga untuk mengekspresikan simbol dan gaya hidup.

## **B. Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka muncullah beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana warung kopi sebagai sarana forum interaksi masyarakat Kabupaten Soppeng?
2. Mengapa masyarakat Kabupaten Soppeng lebih memilih warung kopi menjadi tempat nongkrong?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, yang menjadi focus penelitian, maka tujuan yang dicapai melalui penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena gaya hidup minimalisme yaitu :

1. Mendeskripsikan masyarakat Kabupaten Soppeng menjadikan warung kopi kini sebagai gaya hidup dengan kebutuhan modernisasi, tempat proses pergaulan sosial, tempat nongkrong kalangan remaja maupun kalangan dewasa.
2. Mendeskripsikan kriteria warung kopi sebagai ruang publik yang ideal menurut masyarakat menjadi sarana dalam forum interaksi masyarakat Kabupaten Soppeng.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Antropologi dan menjadi bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan topik penelitian makna warung kopi pada masyarakat.
2. Secara praktis penelitian ini ialah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Antropologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
3. Penelitian ini mampu memberikan pemahaman mengenai makna warung kopi pada masyarakat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Konseptual**

##### **1. Studi Etnografi**

Etnografi adalah suatu deskripsi dan analisa tentang suatu masyarakat didasarkan pada penelitian lapangan sebagai data dalam penelitian, etnografi menyajikan data-data yang bersifat hakiki untuk semua penelitian antropologi budaya. Oleh karena itu untuk suatu studi perbandingan dari masyarakat dalam suatu kawasan atau perbandingan dari masyarakat sampel dari seluruh dunia, dibutuhkan data etnografi tentang setiap masyarakat demi sampel yang di pelajari. Telah dikemukakan bahwa etnografi, yaitu suatu deskripsi dan analisa tentang satu masyarakat yang didasarkan pada penelitian lapangan, menyajikan data-data yang bersifat hakiki untuk semua penelitian antropologi budaya.

Dengan demikian etnografi dapat mendorong pemikiran tentang bagaimana kaitan di antara aspek yang berbeda-beda dari suatu kebudayaan dan juga bagaimana kaitannya dengan berbagai segi dari alam sekitar. Waktu di lapangan ahli etnografi mempunyai kesempatan untuk dapat mengetahui konteks yang menyeluruh dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat itu dengan menanyakan tentang kebiasaan-kebiasaan itu kepada para warga masyarakat dan dengan mengamati 2 gejala-gejala yang tampaknya berhubungan dengannya.

Metode Etnografi (James Spradley) Secara harafiah, etnografi berarti tulisan atau laporan tentang suatu suku bangsa yang ditulis oleh seorang antropolog atas hasil penelitian lapangan (*field work*) selama sekian bulan atau sekian tahun. Etnografi, baik sebagai laporan penelitian maupun sebagai metode penelitian dianggap sebagai asal-usul ilmu antropologi.

Margareth Mead (1999) menegaskan, *“Anthropology as a science is entirely dependent upon field work records made by individuals within living societies. Dalam buku “Metode Etnografi” ini, James Spardley mengungkap perjalanan etnografi dari mula-mula sampai pada bentuk etnografi baru. Kemudian dia sendiri juga memberikan langkah-langkah praktis untuk mengadakan penelitian etnografi yang disebutnya sebagai etnografi baru ini.*

Dalam pandangan Duranti, etnografi adalah deskripsi tertulis mengenai organisasi sosial, aktivitas sosial, simbol dan sumber material, serta karakteristik praktik interpretasi suatu kelompok manusia tertentu.<sup>9</sup> Pada dasarnya perhatian utama penelitian etnografi adalah tentang the way of life suatu masyarakat

Beberapa pengamatan tambahan dapat ia lakukan jika pemikirannya mengenai suatu penjelasan dari beberapa kebiasaan menjadi semakin kongkret sehingga pengumpulan informasi-informasi yang baru yang berkaitan dengan kebiasaan tersebut sudah dapat dilakukan. Dalam arti ini ahli etnografi mirip dengan seorang dokter yang sedang mencoba untuk mengerti mengapa seorang pasien menunjukkan simtom-simtom tertentu. Seperti halnya dengan dokter yang mengumpulkan informasi tentang kondisi fisik si pasien secara menyeluruh agar dapat mengetahui apakah diagnosa permulaannya tepat. ahli etnografi pun sering kali mula-mula merumuskan suatu penjelasan dan kemudian mengumpulkan data lebih lanjut untuk memberi bobot pada pendapatnya.

Selain itu, Koentjaraningrat memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai etnografi, di mana menurutnya bahan mengenai kesatuan kebudayaan suku bangsa di suatu komunitas dalam suatu daerah geografi, ekologi, atau wilayah administratif yang menjadi pokok deskripsi, biasanya dibagi ke dalam bab-bab tentang unsur kebudayaan, sesuai dengan tata urutan yang baku, yang disebut dengan kerangka etnografi.<sup>12</sup> Penjelasan ini cenderung kepada konsep yang

melekat pada etnografi melalui pendekatan kerangkanya, di mana pandangan tersebut menitikberatkan pada elemen-elemen kebudayaan yang didasarkan pada tingkatan levelnya sebagai tata urut yang telah disepakati secara sosial dalam kelompok masyarakat tersebut. Pada dasarnya sifat yang melekat pada penelitian etnografi bersifat holistik-integratif.<sup>13</sup> Hal itu dimaksudkan untuk dapat memberikan penjelasan secara keseluruhan dan saling berkaitan dari objek (budaya) sosial yang dikaji.<sup>14</sup> Budaya telah dianggap sebagai keseluruhan, di mana terdiri dari bagian-bagian yang tidak dapat terpisahkan.<sup>15</sup> Oleh sebab itu, bisa dikatakan interaksi bagianbagian dari kebudayaan telah menyatu.

Etnografi yang akan dibahas lebih lanjut dalam tulisan ini merupakan salah satu metode penelitian kualitatif. Etnografi digunakan untuk meneliti perilaku-perilaku manusia berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi dalam setting sosial dan budaya tertentu. Metode penelitian etnografi dianggap mampu menggali informasi secara mendalam dengan sumber-sumber yang luas. Dengan teknik “observatory participant”, etnografi menjadi sebuah metode penelitian yang unik karena mengharuskan partisipasi peneliti secara langsung dalam sebuah masyarakat atau komunitas sosial tertentu. Yang lebih menarik sejatinya metode ini merupakan akar dari lahirnya ilmu antropologi yang kental dengan kajian masyarakatnya itu.

## **2. Warung Kopi**

Warung kopi adalah sebuah tempat yang tidak harus besar namun menawarkan banyak hal yang menyediakan kopi dan berbagai jenis minuman lainnya seperti teh, coklat disertai dengan makanan ringan yang ditawarkan sebagai pendamping untuk menikmati kopi umumnya warung kopi juga menyediakan layanan Wi-Fi (Wireless Fidelity). Caffe-shop atau kedai kopi adalah suatu tempat yang

menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil yang menyediakan makanan berat dan ringan cafe dapat disebut sebagai restoran atau rumah makan di mana kita bisa membeli minuman dan makanan yang pengunjunnya dihibur oleh musik. Ayu Pramita didalam tulisanya menjelaskan bahwa Coffe adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktifitas (ringan) lainnya seperti diskusi atau obrolan, membaca media cetak, online atau buku, menyelesaikan beberapa tugas hingga bersenang-senang dengan hiburan yang ditawarkan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan warung kopi merupakan tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Atau bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Kedai kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan dalam melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi dan juga makanan ringan selain didukung dan dibentuk oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat.

Secara umum warung kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Warung kopi terbentuk dari budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan warung kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2015).

Sebuah warung kopi adalah merujuk kepada sebuah organisasi yang secara esensial menyediakan kopi atau minuman panas lainnya. Ia berbagi beberapa dari ciri-ciri sebuah bar, dan beberapa ciri-ciri sebuah restoran, tetapi ia berbeda dari sebuah warung. Seperti namanya, warung kopi berfokus untuk menyajikan minuman kopi dan teh bahkan makanan ringan.

Dari suatu pengamatan budaya, warung-warung kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial: warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial sebagai sarana interaksi satu sama lain untuk berkumpul, bersantai, bercerita, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil.

Dalam hal ini eksistensi keberadaan warung kopi di tengah masyarakat seperti yang dikatakan Kotler dalam Freddy Rangkuti dalam hal pemasaran adalah suatu proses sosial antara individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan menawarkan jasa yang tersedia yang dapat memberikan kepuasan bagi pengunjungnya.

Kotler mengatakan dalam Freddy Rangkuti bahwa pemasaran ini bersandar pada beberapa konsep yang dapat dijadikan indikator yaitu kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar berusaha, keinginan adalah hasrat untuk memperoleh kebutuhan yang lebih spesifik, permintaan adalah keinginan akan sesuatu yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membeli, produk dan jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan, nilai dan kepuasan merupakan konsep memilih produk seperti kopi yang dapat memuaskan,

Tak heran dalam hal ini bahwasanya keberadaan warung kopi di Watansoppeng, dapat dikatakan telah menjadi salah satu kebutuhan *sekunder* masyarakat, dimana masyarakat banyak menghabiskan waktu dan meminum kopi untuk memenuhi kebutuhan informasinya di warung kopi. Hal ini dapat kita jumpai hamper di setiap warung kopi yang ada di sekitar kota Watansoppeng, dimana warung kopi tersebut dapat memberikan suatu kepuasan tertentu dan telah menjadi salah satu pusat perubahan sosial pada masyarakat Watansoppeng.

Saat ini pengunjung warung kopi tidak lagi didominasi oleh kalangan paruh baya (orang tua) saja yang memang menyukai kopi, tapi budaya mengkonsumsi kopi kini juga telah menjadi bagian dari kehidupan anak muda hingga orang dewasa seperti pembisnis, karyawan, dan lain-lain. Animo pengunjung warung kopi tidak mutlak muncul oleh rasa dan aroma kopi yang disajikan, tetapi lebih kepada keinginan untuk berinteraksi dengan kehidupan sosial, dengan sesama pengunjung atau pembeli di warung kopi dengan kopi sebagai media interaksi antar masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial (Fahrizal, 2014).

Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Budaya mempengaruhi pola pikir, perilaku dan cara berkomunikasi individu. Begitu pula komunikasi menjadi alat untuk mengelola, mengembangkan, mensosialisasikan serta mewariskan budaya dari satu generasi ke generasi yang lainnya.

Dalam kaitannya mengenai budaya dan komunikasi, dikenal sebuah teori yang kerangka kerjanya mengkonseptualisasi bentuk atau fungsi budaya sebagai sebuah sistem kode yang mengatur makna dan ideal yaitu teori kode berbicara (speech code theory)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan pengunjung terhadap nilai-nilai sosial yang terkandung dalam warung kopi dan memahami kode berbicara (speech codes) yang terbentuk dalam komunitas warung kopi. Selain itu, untuk menjelaskan peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial di Kota Watansoppeng.

Penyusunan penelitian ini berdasarkan pada kerangka pemikiran bahwa komunikasi dalam fungsinya sebagai komunikasi sosial terdiri dari beberapa aspek yaitu konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan dan memupuk hubungan

dengan orang lain. Selain itu, dimanapun ada sebuah budaya, disitu diketemukan speech code yang khas.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi komunikasi yaitu dengan menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah (naturalistis setting). Karena yang diteliti adalah komunitas percakapan yang berlangsung dalam komunitas warung kopi.

Warung Kopi menjadi sarana publik yang dipersepsikan sebagai ruang yang dimanfaatkan masyarakat yang tidak hanya sekedar duduk dan minum kopi, tapi ada cerita tentang gaya hidup perkotaan.

### **3. Pola-pola Interaksi Sosial**

Dari berbagai aktivitas-aktivitas yang dilakukan masyarakat, pola-pola interaksi sosial dapat dimulai dari diskusi kecil dalam kegiatan sehari-hari, organisasi bahkan sampai komunitas yang diikuti oleh masyarakat. Suatu pemandangan yang unik dan terasa tidak asing karena dalam setiap kegiatan, aktivitas, kumpul-kumpul, bersantai, bercengkrama satu sama lain, atau menenangkan pikiran dengan menikmati secangkir kopi, tidak sedikit pula dibarengi dengan kegiatan makan-makan.

Interaksi sosial dapat pula diandaikan dengan apa yang disebut Weber sebagai tindakan sosial individu yang secara subjektif diarahkan terhadap orang lain (Johnson, 1988: 214)

Kehidupan masyarakat banyak yang dihabiskan untuk kegiatan nongkrong-nongkrong sesama teman, dan berawal dari sinilah warung kopi semakin eksis keberadaannya. Budaya ngopi di Indonesia sudah berusia lebih dari seabad, menjadi tradisi yang melebur dengan budaya lokal.

Warung kopi saat ini ramai dikunjungi berbagai kalangan karena dari penjelasan Kotler jelas apa yang diinginkan oleh manusia saat ini bisa terwujud salah satunya di warung kopi yang saat ini memiliki fungsi ganda yaitu warung kopi dan tempat pemuas kebutuhan serta keinginan suatu kelompok masyarakat. Warung kopi bisa menjadi tempat untuk saling membantu, sebagai lahan untuk menjalin pertemanan, dan sebagai rumah untuk bersenang-senang.

Khususnya di kota Watansoppeng hampir semua sudut dapat ditemukan warung kopi, dari segi bentuk bangunan warung kopi yang ada, tidak mutlak mempengaruhi pola interaksi pengunjung. Mulai dari yang bentuknya sederhana sampai dengan kopi yang bercorak modern, bisa dipastikan pula bahwa semua warung kopi tersebut selalu tidak pernah sepi dikunjungi oleh pelanggannya masing masing, hal tersebut bergantung pada keinginan hasrat masyarakat memilih salah satu warung kopi yang ingin dikunjungi, ditambah dengan jadwal pembukaan dan penutupan warung kopi dapat dikatakan hampir 24 jam mulai dari pagi sampai malam hari. Hal ini dapat dijelaskan dengan melihat pola interaksi masyarakat Watansoppeng yang tidak bertuju hanya pada satu warung kopi tertentu saja.

Didalam masyarakat interaksi sosial sangatlah penting, diantaranya sebagai sarana untuk saling mengenal dan menghormati orang lain sehingga didalam masyarakat tersebut terjalin hubungan yang dinamis. Interaksi sosial merupakan kunci dari semua kehidupan sosial yang terjalin didalam sebuah masyarakat. Tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada kehidupan bersama didalam sebuah masyarakat.

Interaksi tidak hanya terjadi pada kalangan masyarakat biasa, bahkan mahasiswa sampai mempunyai tempat untuk berinteraksi dengan yang lain tanpa memandang status sosial mereka ketika berada

di tempat itu, salah satu tempat yang dipilih masyarakat adalah warung kopi (warkop).

Jika kita mencoba mencermati, sesungguhnya warung kopi menyuguhkan begitu banyak fenomena. Tema perbincangan mulai dari kelas bawah hingga atas. Di warung kopi ini tidak ada lagi batas antara masyarakat elit dengan masyarakat biasa, Semua sama, duduk menikmati kopi dan bercengkrama. Sepertinya hal ini sudah menjadi gaya hidup jaman sekarang.

#### **4. Komunitas**

Dari berbagai macam konsep ataupun style tempat ngopi, ternyata di dalamnya memunculkan sebuah komunitas baru sebagai implikasi logis terciptanya warung kopi tersebut. Komunitas tersebut memiliki pemahaman yang unik, keyakinan yang berbeda dan perilaku yang terkesan bebas nilai. Kontradiktif dengan realitas sosial yang biasa terjadi di dalam masyarakat umum dengan balutan nilai-nilai yang normatif, baik nilai sosial, nilai budaya ataupun nilai religius. Dengan demikian di dalam komunitas ini menjadi terasa kental, akan ekspresi dan perilaku keberagamaan yang menjadi plural, secara radikal ataupun konservatif sebagai proses sosial yang mempengaruhi setiap proses interaksi yang terdapat di warung kopi.

Dapat dikatakan terbentuknya suatu komunitas di warung kopi merupakan sub-kultur dari kultur yang telah ada di dalam masyarakat. Kultur dalam sub-kultur menunjuk pada "keseluruhan cara hidup" atau "sebuah peta makna" yang memungkinkan dunia bisa dimengerti oleh anggota-anggotanya. Kata "sub" mengkonotasikan kekhususan dan perbedaan dari kebudayaan yang dominan atau mainstream. Sub-kultur bisa juga dilihat sebagai sebuah ruang di mana "kebudayaan yang menyimpang" mengasosiasikan kembali posisinya atau justru merebut dan memenangkan ruang tersebut. Sub-kultur masyarakat

warung kopi terbentuk dari sekelompok orang yang mempunyai kebiasaan nongkrong di sebuah warung tertentu. Di arena ini biasanya bergulir dialog dengan gaya akrab dan cara seenaknya, terutama untuk menyatakan soal-soal keseharian dengan berbagai tema. Tidak ada keseriusan yang ekstrim.

Adapun kultur sendiri merupakan kebudayaan, tradisi serta kebiasaan yang dilakukan oleh sekelompok orang secara konsensus dengan turun temurun. Kultur tersebut pada akhirnya menjadi perilaku yang diyakini kebenarannya karena berlangsung secara periodik.

Hasil penelitian penulis menemukan bahwa keberadaan warung kopi di mata konsumennya yaitu sebagai tempat yang santai dan penuh keakraban, tempat nongkrong lintas batas, tempat refreshing, sebagai tempat kenangan dan arena diskusi bersama teman. Adapun Speech codes (kode berbicara) yang berlaku di warung kopi tergantung dari hubungan diantara dua individu atau lebih yang didukung dengan adanya kedekatan, keterbukaan dan dukungan pembicaraan. Sedangkan peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial masyarakat kota Watansoppeng, warung kopi adalah menjadi salah satu tempat sumber informasi terbaru dan juga menjadi tempat berkumpulnya berbagai komunitas dalam masyarakat.

Penafsiran pengunjung (konsumen) terhadap warung kopi sebagai ranah sosial yang bisa dibentuk dan dimodifikasi dalam komunikasi yang bermacam-macam. Warung kopi di Kota Watansoppeng menawarkan bentuk interaksi yang sifatnya obrolan santai sampai pada obrolan yang serius dengan kemasan yang formal, sebagai rangkaian komunikasi massa.

Diskusi yang terjadi di warung kopi tidak hanya sebagai pemenuhan interaksi, akan tetapi diskusi yang dilakukan pengunjung

menjadi langkah atau tindak lanjut dari permasalahan yang dihadapi, sehingga hal yang wajar ketika warung kopi dijadikan tempat untuk melakukan pertemuan (meeting) kantor dan berbagai macam komunitas. Walaupun kesannya informal akan tetapi pertemuan-pertemuan tersebut menghasilkan suatu keputusan yang menunjang tugas kantor maupun komunitas.

Oleh karena itu terbangunnya wacana-wacana warung kopi menjadi ruang tersendiri dan membentuk sub-kultur baru sebagai realitas sosial. Dengan demikian saat ini warung kopi sudah menjadi pusat informasi, dimana setiap pengunjungnya bisa mendapatkan informasi dari mana saja; dari koran gratis, televisi yang disediakan, informasi dari percakapan mulut ke mulut dengan sesama pengunjung warung kopi dan informasi yang diperoleh dengan memanfaatkan fasilitas free Wi-Fi.

Di warung kopi pula, orang-orang bisa bertemu orang-orang dari berbagai kalangan dan dari berbagai profesi. Hal ini dianggap telah membuka kesempatan yang seluas-luasnya bagi mereka untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan siapa saja dan membicarakan persoalan apa saja, termasuk ketika para informan mengatakan bahwa mereka juga kerap kali bertemu dengan narasumber mereka di warung-warung kopi. Keberadaan komunitas di warung-warung kopi kerap kali dianggap sebagai perantara atau penyambung lidah dari masyarakat kepada pihak-pihak tertentu, maupun pemerintah.

Bagi sebagian masyarakat yang mengetahui bahwa para informan yang tergabung dalam satu komunitas biasanya tanpa sungkan bertanya, bercerita, menyampaikan keluhan maupun tanggapan perihal berbagai macam peristiwa yang terjadi di sekelilingnya, dengan harapan agar para anggota komunitas tersebut dapat dengan mudah mengkonfirmasi atau menyampaikan informasi yang diterimanya di lapangan kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

Rutinitas kegiatan komunitas juga seringkali dilakukan di warung-warung kopi, mulai dari rapat harian, diskusi setelah kembali dari lapangan dan diskusi-diskusi ringan lainnya.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Sejauh ini penelitian tentang warung kopi dan masyarakat sangat terbatas sehingga dalam penelusurannya hanya menemukan penelitian berikut yang sangat relevan dengan topik penelitian ini.

Berdasarkan penelusuran penulisan terhadap beberapa literatur. Terdapat beberapa penelitian sejenis yang berkaitan dengan topik mengenai warung kopi sebagai sarana interaksi bagi masyarakat Watansoppeng. Meskipun penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan penelitian yang penulis lakukan, tetapi dalam penelitian tersebut juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan. perbedaan dalam variabel fokus penelitian tempat serta waktu penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian baru dalam bidang ilmu antropologi sehingga belum banyak peneliti yang mengkaji masalah warung kopi dalam studi etnografi dibidang keilmuan antropologi. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Yuliani mengenai "*Keberadaan Warung Kopi Dan Kaitannya Dengan Pemanfaatan Perpustakaan Oleh Mahasiswa Di Banda Aceh*" pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kaitan antara keberadaan warung kopi dengan pemanfaatan perpustakaan oleh mahasiswa di Banda Aceh. Fokus penelitian ini lebih kepada pemanfaatan perpustakaan bagi mahasiswa yang mulai berkurang dengan keberadaan warung kopi saat ini. Perumusan penelitian tersebut sama-sama membahas tentang warung kopi sebagai ruang interaksi dan metode yang digunakan adalah kualitatif.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian diatas ialah subyek peneliti mengarah kepada berbagai kalangan dalam masyarakat, sedangkan oleh Yuliani lebih mengerucut kepada kalangan mahasiswa

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Khamisatur Rahmi mengenai “Pengaruh Informasi Online, (Cafe Wi-fi) Terhadap Perubahan Perilaku Pengguna Dalam Pemanfaatan Informasi Akademik” pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh informasi online (cafe wi-fi) terhadap perubahan perilaku pengguna dalam pemanfaatan informasi akademik. Fokus penelitian lebih kepada perilaku pengguna sesudah menggunakan informasi online dalam mencari dan memanfaatkan informasi di kalangan mahasiswa yang telah memanfaatkan cafe wi-fi. Objek penelitian ini adalah mahasiswa pengguna cafe wi-fi dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, obserpasi dan wawancara tidak berstruktur. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif. penelitian ini menunjukkan bahwa informasi online cukup berpengaruh terhadap kegiatan akademik mahasiswa.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas sama-sama membahas tentang warung kopi dan metode yang digunakan adalah kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian diatas ialah teknik pengambilan data seperti participant observation oleh Miswar, oleh Khamisatur observasi, kuesioner dan wawancara tidak berstruktur, oleh Zulian wawancara. Dan yang penulis gunakan tehnik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. dapat juga dilihat dari lokasi penelitian, waktu penelitian serta permasalahan yang dilihat dilapangan berbeda dengan penelitian diatas

Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto ,67 Solikaton, Peminum kopi melakukan perilaku mengonsumsi kopi ada alasan dan makna tertentu yang ingin disampaikan. Alasan peminum kopi melakukan aktivitas minum kopi telah dibedakan menjadi dua yaitu motif karena antara lain individu

mengonsumsi kopi karena rasa gundah ketika ada suatu masalah. Selain itu ada motif untuk antara lain penghilang rasa jenuh atau penat, keinginan kumpul bersama dan berdiskusi atau tukar pendapat, menikmati aroma dan rasa minuman kopi yang khas dan unik, serta peminum kopi mengonsumsi kopi untuk minum kopi yang berkualitas dan harganya mahal.

Makna perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi antara lain minum kopi dapat merubah mood atau suasana hati dan juga kopi ibarat teman yang setia menemani penikmat kopi. Minum kopi dalam hal ini dapat memenuhi keinginan diri pribadi peminum kopi. Peminum kopi lebih mengutamakan kepuasan hati diri sendiri. Selain itu ada makna lain yang ingin dicapai peminum kopi yang lainnya antara lain kopi dapat menenangkan pikiran, cuci mata, dan menambah kenalan, kopi dapat menumbuhkan rasa bersama dan kekerabatan antar teman, keluarga ataupun rekan kerja, kopi memberikan inspirasi dan bisa berapresiasi, serta mengonsumsi kopi dapat menunjukkan status sosial.

Kebiasaan mengonsumsi kopi sekarang ini sudah menjadi salah satu kebutuhan, karena kopi ibarat candu yang harus dipenuhi. Aktivitas minum kopi dapat menunjukkan adanya sifat kebersamaan yang terjalin antara individu satu dengan individu lain. Hal ini yang telah memberikan arti dalam mengonsumsi kopi, bahwa kopi telah memberikan kenikmatan, ketenangan pikiran dan inspirasi bagi peminumnya.

Jurnal Analisa Sosiologi 3 (2) 70, dilihat dari sejarah perkembangan budaya konsumsi kopi, perilaku konsumsi kopi dahulu dilakukan di warung kopi yang identik dengan laki-laki, sesuatu yang menjadi dominan seorang laki-laki dewasa. Di mana warung kopi hanya menawarkan kopi hitam atau kopi tubruk dengan makanan kecil yang biasanya adalah macam-macam gorengan.

Perilaku menikmati secangkir kopi sudah menjadi keseharian sejak dulu. Namun sekarang ini, perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi kini terpengaruh oleh globalisasi yang mengakibatkan minum kopi menjadi budaya global.

Dalam mengolah data penelitian ini memakai metode Kuantitatif. Kasiram (2008:149) dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto. Jurnal Analisa Sosiologi sama-sama membahas makna warung kopi, Pemaknaan perilaku mengonsumsi kopi setiap peminum kopi akan berbeda beda sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.