

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**KONSTRUKSI MAKNA *NGOPI* BAGI REMAJA
(Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna *Ngopi* bagi
Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling))**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



AGUNG RAMADHAN

NPM : 139110014
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : MEDIA MASSA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahir rahmanir rahim

Dengan rahmat Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang dan atas izin

Allah Subhanahu Wa Tala

Kupersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua yang sangat ku cintai, Papa Syukri Zakir dan Mama Hanidar. Terimakasih atas doa, dukungan, kasih sayang serta semangat yang tiada hentinya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya kecil ini dapat membuat kalian bangga, walaupun belum mampu membayar semua kebaikan, pengorbanan, dan kesabaran yang telah diberikan. Hanya doa terbaik yang bisa kuberikan kepada bapak dan ibu, semoga selalu berada dalam lindungan Allah Subhanahu Wa Tala.

Serta terimakasih kepada kedua abang penulis, Arif Rachman dan Haidi Rasis yang selalu membantu dan mendukung. Semoga selalu dilancarkan urusannya dan semoga kita dapat menjalin hubungan yang baik sampai tua nanti.

Dan kepada seluruh orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ini, penulis mengucapkan terimakasih banyak dan semoga Allah membalas

kebaikan semuanya, Aamiin.

MOTTO

*A LAUGH CAN BE A VERY POWERFUL THING. WHY, SOMETIMES IN LIFE,
IT'S THE ONLY WEAPON WE HAVE.*

TERSENYUMLAH, KARENA ITU DAPAT MEMBINGUNGKAN ORANG.
TERSENYUMLAH, KARENA ITU JAUH LEBIH MUDAH DARIPADA
MENJELASKAN APA YANG MEMBUATMU GUSAR.

TAK ADA YANG TAU ESOK AKAN SEPerti APA. MANFAATKAN HARI
INI, HIDUPLAH DENGAN BAHAGIA.

-AR-

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Bismillahirrohmanirrohim, Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Tala atas segala karunia dan hidayah-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Konstruksi Makna Ngopi Bagi Remaja (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna Ngopi bagi Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling))”. Kemudian Shalawat beriring salam untuk Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, atas semua usahanya terdahulu hingga kita dapat seperti saat ini

Pada penelitian ini, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Sehingga penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Eka Fitri Qurniawati, M. I. Kom, selaku pembimbing I serta Tessa Shasrini, B.Comm, M.Hrd, selaku pembimbing II yang telah memberi motivasi dan bimbingan kepada peneliti.
4. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan didikan dan bimbingan selama melaksanakan

studi, serta seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau atas bantuannya memperlancar urusan administrasi selama penulisan ini.

5. Terimakasih untuk kedua orang tua yang selalu mendoakan dan telah membesarkan hingga saat ini serta memberikan dukungan baik secara moral ataupun materi. Terimakasih juga untuk semua keluarga yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.
6. Terimakasih kepada rekan-rekan seperjuangan, Lio, Ogik, Vidro, Yiyi, Ulik, Una, Tika, Riri, dan seluruh teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, khususnya kelas A angkatan 2013.
7. Terima kasih kepada Ajeng, Muti, Yuyun, Indri, Rudi, Raziq, Iqbal, Amek, yang selalu menemani serta memberi semangat kepada penulis.
8. Terima kasih kepada teman ngopi D.J Kurniawan, Ari Octa, Yola, Isra, dan teman-teman penulis lain yang tidak mungkin disebutkan satu per satu, atas semua semangat dan dukungan yang diberikan kepada penulis.

Peneliti mengucapkan terimakasih untuk semua pihak yang sudah terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Akhir kata peneliti mengucapkan, Wassalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Pekanbaru, 23 Juni 2020

AGUNG RAMADHAN

Daftar Isi

Judul (<i>Cover</i>)	i
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi.....	ii
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	iii
Berita Acara Ujian Komprehensif	iv
Lembar Pengesahan	v
Lembaran Pernyataan.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Motto	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	11
C. Fokus Penelitian	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1. Tujuan	12
2. Manfaat	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	13
1. Fenomenologi.....	13
2. Interaksi Simbolik	14
3. Makna.....	20
4. Konstruksi Sosial atas Realita	22
5. Kafe	24

B. Definisi Operasional.....	25
1. Makna.....	26
2. Budaya <i>Ngopi</i>	26
3. Fenomenologi.....	27
4. Remaja.....	27
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	30
B. Subjek dan Objek Penelitian	31
1. Subjek Penelitian.....	31
2. Objek Penelitian	32
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
1. Lokasi Penelitian.....	32
2. Waktu Penelitian	32
D. Sumber data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Observasi.....	33
2. Wawancara	34
3. Dokumentasi	35
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling)	37
1. Gambaran Umum Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling)	37
B. Hasil Penelitian	41
C. Pembahasan Penelitian.....	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

Daftar Pustaka

Lampiran

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelian Terdahulu	28
Tabel 2.2 Subjek Penelitian	31
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	32



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

Konstruksi Makna *Ngopi* Bagi Remaja (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna *Ngopi* bagi Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling))

Agung Ramadhan

139110014

Ngopi pada awalnya merupakan aktivitas kaum muda untuk mengisi waktu luang mereka guna melepas kepenatan dari kegiatan rutinitas sehari-hari. Bayangkan saja dimana ada secangkir kopi dengan sendirinya suasana segera mencair. Mereka membutuhkan suasana yang nyantai dan tenang guna menyegarkan kembali pikiran mereka dengan cara nongkrong ke cafe atau kedai kopi setelah sekian jam berlutut dengan tugas-tugas dan sehari-hari melakukan rutinitas. *Ngopi* yang sekarang sebagai gaya hidup tidak hanya terletak pada tempat dimana generasi muda ini nongkrong atau *ngopi* tetapi juga terletak pada menu atau varian kopi yang harganya cenderung lebih mahal dari kedai-kedai kopi biasa. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan analisa kualitatif, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz tentang konstruksi makna. Objek penelitian ini adalah makna *ngopi* bagi remaja di Kopi Pekanbaru Keliling. Makna dikonstruksikan dengan melihat bagaimana para remaja memaknai budaya *ngopi*. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian mendapatkan bahwa makna *ngopi* bagi remaja adalah sebagai media sosialisasi, sebagai gaya hidup, sebagai kebutuhan, dan sebagai Pelepas lelah. Kebiasaan meminum kopi bagi sebagian besar masyarakat membuat kebutuhan kafein bagi tubuh menjadi tinggi, begitu pula di masing-masing narasumber sehingga pemaknaan *ngopi* bagi setiap narasumber pun berbeda pula. Pergeseran nilai guna di kedai kopi sangat terasa, semula konsumen mengunjung kedai kopi guna mendapatkan secangkir kopi untuk di konsumsi, akan tetapi dengan munculnya kedai kopi yang menyajikan kesan modern, telah bergeser kearah kepentingan lain.

Kata Kunci : *Ngopi, Budaya dan Gaya Hidup*

Abstract

Construction of the Meaning of Coffee for Adolescents (Phenomenological Study of the Construction of the Meaning of Coffee for Adolescents in Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling))

Agung Ramadhan

139110014

At first, coffee was an activity for young people to fill their spare time in order to relieve fatigue from their daily routine. Just imagine where there is a cup of coffee the atmosphere immediately melts away. They need a relaxed and calm atmosphere to refresh their minds by hanging out at a cafe or coffee shop after hours of chores and doing a day of routines. Coffee, which is now a lifestyle, does not only lie in the place where this young generation hangs out or has coffee but also lies in the menu or coffee variants whose prices tend to be more expensive than regular coffee shops. By using this type of descriptive research with qualitative analysis, this study uses the phenomenological approach of Alfred Schutz about meaning construction. The object of this research is the meaning of coffee for adolescents in Pekanbaru Keliling Coffee. Meaning is constructed by looking at how teenagers interpret the coffee culture. The data collection techniques of this research are interviews, observation, and documentation. The results showed that the meaning of coffee for adolescents is as a medium of socialization, as a lifestyle, as a necessity, and as a fatigue release. The habit of drinking coffee for most people makes the need for caffeine for the body to be high, as well as for each source so that the meaning of coffee for each source is different. The shift in use value in coffee shops is very pronounced, at first consumers visited coffee shops to get a cup of coffee for consumption, but with the emergence of coffee shops that present a modern impression, it has shifted towards other interests.

Keywords: *Coffee, Culture and Lifestyle*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia dikenal sebagai salah satu penghasil biji kopi dengan kualitas terbaik di dunia dan juga termasuk kedalam negara yang mengekspor hasil biji kopi ke berbagai belahan dunia.

Kopi sendiri adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kata kopi sendiri awalnya berasal dari bahasa Arab: qahwah yang berarti kekuatan, karena pada awalnya kopi digunakan sebagai makanan berenergi tinggi. Kata *qahwah* kembali mengalami perubahan menjadi *kahveh* yang berasal dari bahasa Turki dan kemudian berubah lagi menjadi *Coffie* dalam bahasa Belanda. Penggunaan kata *Coffie* segera diserap kedalam bahasa Indonesia menjadi kata kopi yang kita kenal saat ini.

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 Negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea Arabica*). Pada awalnya tanaman kopi yang dibudidayakan merupakan jenis kopi arabika (*Coffea arabica*). Hal ini merujuk pada tanaman kopi yang dikembangkan oleh bangsa Arab. Dimana dari Abyssinia tanaman kopi dibawa ke Yaman dan dibudidayakan di dataran tinggi daerah itu.

Abyssinia adalah nama daerah lawas di Afrika yang saat ini mencakup wilayah negara Etiopia dan Eritrea. Namun tidak banyak diketahui bagaimana

orang-orang Abyssinia memanfaatkan tanaman kopi. Kopi sebagai minuman pertama kali dipopulerkan oleh orang-orang Arab. Biji kopi dari Abyssinia dibawa oleh para pedagang Arab ke Yaman dan mulai menjadi komoditas komersial.

Di masa awal perkembangannya, bangsa Arab memonopoli perdagangan biji kopi. Mereka mengendalikan perdagangan lewat pelabuhan Mocha, sebuah kota yang terletak di Yaman. Dari pelabuhan Mocha biji kopi diperdagangkan hingga ke Eropa. Saat itu Mocha menjadi satu-satunya gerbang lalu-lintas perdagangan biji kopi, sampai-sampai orang Eropa menyebut kopi sebagai Mocha.

Memasuki abad ke-17 orang-orang Eropa mulai mengembangkan perkebunan kopi sendiri. Pertama-tama mereka mengembangkannya di Eropa, namun iklim di sana tidak cocok untuk tanaman kopi. Kemudian mereka mencoba membudidayakan tanaman tersebut di daerah jajahannya yang tersebar di berbagai penjuru bumi. Upayanya berhasil, orang-orang Eropa mampu menggeser dominasi bangsa Arab dalam memproduksi kopi. Para pedagang Arab saat itu sangat melindungi eksklusifitas kopi. Mereka mewajibkan merebus biji kopi yang akan diperdagangkan dengan harapan biji tersebut tidak bisa ditumbuh menjadi tanaman.

Selanjutnya, pada tahun 1669 Belanda mendatangkan kopi dari Malabar, India, ke Pulau Jawa. Tanaman kopi tersebut berasal dari biji yang di bawa dari Yaman ke Malabar. Tanaman kopi yang tersebut ditanam di Kadawung, namun upaya ini gagal karena banjir.

Tiga tahun kemudian Belanda mendatangkan kembali stek kopi dari Malabar. Upaya kali ini menuai sukses. Kopi tumbuh dengan baik di perkebunan-

perkebunan di Jawa. Hasil produksinya menggeser dominasi kopi Yaman. Bahkan saat itu Belanda menjadi pengeksport kopi terbesar di dunia.

Salah satu pusat produksi kopi dunia ada di Pulau Jawa yang dikembangkan bangsa Belanda. Untuk masa tertentu kopi dari Jawa sempat mendominasi pasar kopi dunia. Saat itu secangkir kopi lebih populer dengan sebutan “*Cup of Java*” atau “Secangkir Jawa”.

Dimasa ini, berdasarkan Statistik Perkebunan Indonesia (*Tree Crop Estate Statistics of Indonesia*) terbitan Direktorat Jendral Perkebunan (2016) pada tahun 2015 tercatat jumlah ekspor kopi sebesar 502.020 ton dengan nilai sebesar US\$ 1.197 juta, dengan jumlah ekspor terbesar ke negara Amerika Serikat sebesar 65.317 ton dengan nilai US\$ 280 juta. Sementara itu jumlah impor kopi ke Indonesia pada tahun yang sama tercatat sebanyak 12.461 ton, dengan nilai US\$ 31 juta, dengan negara pengimpor terbesar adalah Vietnam sebanyak 8.112 ton dengan nilai US\$ 15 juta¹. Hal ini menunjukkan bahwa kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Melimpahnya jumlah produksi kopi yang ada di Indonesia membuat kopi menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Padahal, ada proses yang panjang sebelum kopi dapat dinikmati yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang baik dengan cara mesin maupun dengan tangan kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah

¹ “Statistik Perkebunan Indonesia (*Tree Crop Estate Statistics of Indonesia*)”, Diakses dari <http://ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/statistik/2016/KOPI%202014-2016.pdf>, pada tanggal 29 November 2018 pukul 17.08

penyangraian biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum.

Disisi lain, budaya minum kopi sudah ada cukup lama di dunia, ada sebuah catatan dari ilmuwan muslim Al Razi (850-920) yang dianggap paling tua mengenai kopi. Al Razi yang juga seorang ahli kedokteran dalam catatannya menulis tentang suatu minuman yang bernama bunshum dan memiliki ciri-ciri mirip dengan kopi.

Selain itu, catatan lain juga diperoleh dari Ibnu Sina (980-1037) yang juga seorang ahli kedokteran. Dalam catatannya, Ibnu Sina menggambarkan adanya biji yang bisa diseduh dan berkhasiat menyembuhkan salah satu penyakit perut. Informasi dari catatan tersebut merujuk pada ciri-ciri kopi yang kita kenal saat ini. Minuman yang diberi nama bunshum dan bijinya bernama bun.

Pada periode kekhalifahan Turki Ustmani, minuman kopi semakin menjadi primadona. Kopi menjadi sajian minuman utama pada setiap perayaan di Istanbul.

Kopi menyebar ke Eropa ketika pada tahun 1600-an para pedagang dari Venesia membeli kopi dari pelabuhan Mocha d Yaman. Kemudian menyebar ke daerah-daerah koloni bangsa Eropa lain, seperti New York yang menjadi koloni Belanda pada tahun 1668.

Asal mula masyarakat Indonesia mengenal kopi tidak dapat dilepaskan dari masa kolonial Belanda. Pada tahun 1969, Belanda membawa kopi dari Malabar, India dan dibawa ke Jawa. Saat itu, kopi pertama kali dibudidayakan di kawasan perkebunan dekat Batavia, yaitu Kedawung. Upaya ini gagal karena tanaman kopi mati akibat banjir.

Selanjutnya, pemerintah Belanda pada tahun 1699 kembali mendatangkan bibit kopi dari hasil stek kopi dari Malabar. Upaya ini berhasil, pada tahun 1706 sampel kopi dari Jawa dikirim ke Belanda untuk diteliti di Kebun Raya Amsterdam, hasilnya adalah kopi dari Jawa memiliki kualitas yang sangat baik.

Pada perkembangannya, tanaman kopi dijadikan komoditas tanaman perkebunan yang dikembangkan di seluruh Indonesia, seperti di Sumatera, Sulawesi, Bali, Timor, dan pulau lainnya.

Namun pada tahun 1878 terjadi bencana perkebunan kopi, dimana tanaman kopi terutama di dataran rendah rusak akibat penyakit karat daun atau *Hemileia vastatrix*. Perkebunan kopi di Indonesia ketika itu hanya menanam jenis kopi arabika yang kemudian disimpulkan tidak memiliki ketahanan terhadap penyakit karat daun tersebut.

Selanjutnya, pemerintah kolonial mendatangkan spesies kopi liberika yang diharapkan tahan terhadap wabah karat daun.

Berbeda dengan sekarang, pada saat itu kopi liberika memiliki harga yang sama dengan arabika di perdagangan Eropa. Akan tetapi, ternyata liberika yang diharapkan tahan terhadap karat daun juga mengalami penyakit yang sama. Kemudian pada tahun 1907 Belanda membawa spesies lain, yaitu kopi robusta untuk di tanam di perkebunan kopi Indonesia yang hingga saat ini lebih tahan terhadap penyakit karat daun.

Perjalanan panjang kopi di Indonesia menjadikan banyak aktifitas yang dilakukan masyarakat diselingi dengan kopi, misalnya, saat baru terbangun di pagi hari, aktifitas pertama yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia

adalah *ngopi* sembari membaca koran atau sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk di pagi hari. Begitu juga pada saat istirahat siang sering ditemani kopi untuk menyegarkan mata agar tetap fokus dalam melanjutkan kerja, saat santai sore ditemani kopi dan pisang goreng atau cemilan lain, bahkan saat malam hari juga masih *ngopi* sembari bercengkrama dengan keluarga. Bisa dikatakan bahwa kopi telah menjadi teman sepanjang hari. Mereka yang kesehariannya tak lepas dari kopi dapat dikategorikan sebagai pecandu atau penikmat kopi sejati. Karena, jika sehari saja mereka tidak meminum kopi biasanya akan merasakan pusing, gelisah, dan cenderung tidak bersemangat. Tentu saja ini disebabkan oleh konsumsi kafein berlebihan yang terdapat di dalam kopi. Padahal, segala sesuatu yang berlebihan itu kurang baik.

Hal ini dikarenakan kebiasaan mengkonsumsi kafein dalam jumlah tinggi sudah menjadi suatu kebutuhan. Efek samping yang didapat dari mengkonsumsi jumlah kafein secara berlebihan juga dibenarkan oleh Bawazeer dan Al-Sobahi (2013), dimana dalam studi yang mereka lakukan menunjukkan bahwa 34,3% orang yang mengkonsumsi kafein secara berlebihan menyebabkan insomnia, nyeri kepala, tremor, gelisah, serta mual dan muntah. Untuk itu, diperlukan kesadaran pribadi dalam mengkonsumsi kafein agar tetap memberikan manfaat dalam tubuh.

Dalam situs gosehat.com disebutkan batas wajar konsumsi kafein harian yang diperlukan oleh tubuh adalah 400 mg atau setara dengan 4 gelas kopi dimana dalam segelas kopi biasanya terkandung sekitar 60-100 mg kafein tergantung jenis

kopi yang dikonsumsi. Tentu saja, batas kafein yang diperlukan oleh tubuh berbeda pada setiap orang, tergantung dengan daya tahan tubuh orang tersebut².

Disisi lain, kafein yang terkandung dalam kopi mempunyai berbagai manfaat, diantaranya dapat mengurangi resiko diri terkena penyakit parkinson, penelitian yang mendukung pernyataan ini menyimpulkan bahwa resiko peminum kopi untuk terkena Parkinson lebih rendah 32% - 60%. Manfaat lain dari kopi adalah dapat mengurangi rasa depresi serta bermanfaat untuk mencegah gigi berlubang³.

Kegiatan *ngopi* pada awalnya hanya dilakukan di sekitar rumah saja, atau di kedai-kedai kopi konvensional. Namun seiring bergesernya zaman, dan perubahan yang juga banyak terjadi, kegiatan sederhana ini telah menjadi budaya dan memiliki tempat khusus di hati sebagian besar masyarakat Indonesia. Perubahan kebiasaan sebagian besar masyarakat Indonesia untuk *ngopi* kemudian dimanfaatkan dengan baik oleh pengusaha-pengusaha baru di bidang kuliner untuk turut terlibat langsung dalam meramaikan pasar. Tak heran, dalam 3 (tiga) tahun kebelakang terlihat secara langsung mulai banyak bermunculan kafe-kafe baru di Kota Pekanbaru khususnya. Benar saja, kafe-kafe yang menyajikan kopi sebagai menu utama ramai dikunjungi oleh para remaja, baik untuk menikmati kopi ataupun sekedar berkumpul bersama teman. Kedai kopi juga menjadi tempat bercengkrama yang nyaman bagi sebagian orang, kedai kopi biasanya juga dijadikan tempat

² "Kafein"gosehat, Diakses dari <https://gosehat.com/kafein/>, pada tanggal 29 November 2018 pukul 15.54

³ Rafli, "Manfaat Kopi : 18 Alasan Mengapa Anda Harus Minum Kopi Setiap Hari"Kabar Kopi, Diakses dari <http://www.kabarkopi.com/manfaat-kopi-untuk-kesehatan/>, pada tanggal 29 November 2018 pukul 16.20

bertukar pikiran untuk memunculkan ide-ide baru, ataupun untuk menikmati waktu berkualitas sembari ditemani kopi.

Kedai kopi awalnya diperkenalkan oleh mereka yang berasal dari Italia dengan sebutan *Coffee bar*. *Coffee bar* adalah sebuah jenis tempat ngopi yang dibuat seperti bar. *Coffee bar* awalnya hanya menyajikan minuman yang disajikan cepat semacam *espresso* yang biasa dinikmati dalam sekali teguk. Juga *coffee bar* seringkali tidak menyediakan kursi. Pengunjung yang datang mengantri di kasir lalu menunggu pesanan *espresso shots* mereka.

Setelah itu mereka langsung meneguk minumannya dan pergi begitu saja. Tak ada yang namanya duduk ngopi berlama-lama. *Coffee bar* dibuat untuk ritual ngopi secepat kilat. Di Italia pada masa itu (dan mungkin juga sekarang), ngopi adalah kebutuhan raga bukan ajang nongkrong bersosialisasi dan lainnya.

Kini makna *coffee bar* bergeser menjadi kedai kopi. Hal ini diusung oleh kedai kopi yang berada di luar Italia. Pada masa itu, negara lain di seputaran Eropa mulai mendekorasi kedai kopinya dengan senyaman mungkin. *Coffee bar* tak lagi tentang ‘ngopi secepat kilat’ tapi bergeser maknanya menjadi ngopi dan bersantai sembari bersosialisasi. Sama seperti bar, *coffee bar* memiliki fungsi yang kurang lebih sama hanya saja menyajikan minuman kopi. Dan inilah yang diadaptasi oleh hampir semua kedai kopi di dunia, termasuk Indonesia.

Di era sekarang kedai kopi adalah sebuah rumah nyaman tempat kita menikmati bercangkir-cangkir kopi kesukaan. *Coffee shop* dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati kopi tetapi juga melebur dalam suasana yang melingkupinya.

Salah satu tempat *ngopi* baru yang muncul belakangan ini adalah Koplring, Koplring sendiri merupakan singkatan dari Kopi Pekanbaru Keliling. Koplring beralamat di Jalan Sumahilang, Pekanbaru Kota, atau lebih tepatnya ada di halaman Studio 2 TV Melayu yang beroperasi pada pukul 18.00 Wib hingga pukul 24.00 Wib. Tempat *ngopi* baru yang menawarkan konsep berbeda di tengah Kota Pekanbaru, Koplring berjualan menggunakan sepeda beserta gerobak yang menjadi ciri khasnya.

Hal unik lain dari koplring adalah tidak adanya kursi ataupun meja yang biasa menghiasi kafe pada umumnya, sehingga para pengunjung yang ingin menikmati kopi ditempat disediakan pilihan untuk duduk lesehan di halaman beralaskan tikar yang memang disediakan oleh Koplring sendiri, saat ini Koplring juga menyediakan *live music* lengkap dengan peralatan akustik beserta *sound system* yang bisa dipakai kapan saja oleh pengunjung, ditambah lagi dengan tidak adanya *Wi-Fi* yang disediakan oleh Koplring menjadikan para pengunjung bisa bercengkrama santai antara satu dengan yang lainnya. Suasana baru yang disajikan ini membuat koplring memiliki daya tarik tersendiri dikalangan para penikmat kopi di Pekanbaru, khususnya para remaja.

Suasana di tempat terbuka yang ditawarkan oleh Koplring ternyata cukup menarik perhatian. Uniknya, sebagian besar pengunjung di Koplring masuk dalam kategori remaja. Berdasarkan hasil wawancara singkat saya kepada salah seorang pegawai dan juga salah satu *Owner* dari Koplring D.J. Kurniawan Putra menyatakan, konsep baru yang ditawarkan ini memang bertujuan untuk menarik pelanggan usia

remaja yang mungkin sudah bosan dengan pemandangan yang sama yang ditawarkan oleh kafe-kafe yang ada di Pekanbaru⁴.

Alasan para remaja untuk *ngopi* biasanya agar tetap terjaga dimalam hari untuk mengerjakan tugas, bermain *game* atau melakukan aktivitas lain. Ini sudah sangat lazim ditemui pada remaja saat ini, fenomena budaya *ngopi* sudah menjadi salah satu gaya hidup bagi mereka para remaja kekinian. Namun, berbeda dengan penikmat kopi yang sudah tahu seluk-beluk tentang dunia kopi, banyak dari remaja kekinian ini beramai-ramai datang menghabiskan waktu nongkrong berlama-lama di kafe untuk memanfaatkan fasilitas yang tersedia di kafe tersebut, hanya sebagian kecil dari mereka yang datang dan benar-benar menikmati kopi. Bahkan, sebagian besar lainnya hanya datang untuk dianggap kekinian oleh orang lain, budaya *ngopi* bagi mereka dijadikan sebagai ajang baru untuk menunjukkan gengsi. Tak heran, sebagian besar remaja kekinian tersebut tidak menikmati kopi karena mereka tidak paham tentang kopi sehingga mereka tidak mendapatkan esensi dari minum kopi tersebut.

Banyaknya mahasiswa Perguruan Tinggi yang berkunjung ke Kopling menjadikan mahasiswa Perguruan Tinggi ideal untuk dijadikan pijakan awal dalam menentukan informan penelitian.

Pembentukan makna merupakan proses produksi dimana individu berusaha memahami sesuatu dan menyampaikannya kepada orang lain sebagai bagian dari keseharian dari proses sosial. Tiap mahasiswa tentu memiliki keseharian yang berbeda dengan mahasiswa lainnya. Bagi mereka, makna *ngopi* tentu berbeda pula.

⁴ Wawancara dengan D.J. Kurniawan Putra, tanggal 2 November di Kopling, Pekanbaru.

Berdasarkan paparan tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul “Konstruksi Makna *Ngopi* bagi Remaja (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Makna *Ngopi* bagi Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (kopling))”.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti mengidentifikasi beberapa persoalan yang terdapat dalam penelitian ini, seperti :

1. Makna *ngopi* bagi remaja di kopling.
2. Motif *ngopi* remaja di kopling.
3. Konstruksi makna *ngopi* bagi remaja di kopling.

C. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan kepada remaja dengan rentang usia 12 hingga 22 tahun yang berada di jenjang Perguruan Tinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana konstruksi makna *ngopi* bagi remaja di Kopling (Kopi Pekanbaru Keliling)?.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konstruksi makna *ngopi* bagi remaja di Kopling (Kopi Pekanbaru Keliling).

2. Manfaat

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang konsep konstruksi makna *ngopi* berdasarkan pandangan remaja
2. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada pihak lain sehingga dapat memperluas sudut pandang dan mempertajam kaji

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Fenomenologi

Istilah fenomenologi berasal dari kata *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak dan *logos* yang berarti ilmu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fenomenologi berarti ilmu tentang perkembangan kesadaran dan pengenalan diri manusia sebagai ilmu yang mendahului ilmu filsafat atau bagian dari filsafat. Fenomena sendiri berarti segala sesuatu yang dapat disaksikan dengan panca indra. Jadi, fenomenologi merupakan suatu cabang ilmu yang mempelajari tentang sebuah realitas yang sedang berlangsung dan terlihat oleh manusia. Dengan kata lain, fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek (Kuswarno, 2009:1).

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan. Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalaman dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Littlejohn, 2009:57).

Fokus penelitian fenomenologi lebih luas dari sekedar fenomena, yakni pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama, sebagaimana

untuk dapat membangun makna realitas, ataupun menghasilkan konstruksi makna yang mendekati realitas. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktifitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain yang terlibat di dalamnya (Kuswarno, 2009:2). Orang lain berperan dalam pemaknaan ketika terjadi interaksi.

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakkannya. Secara esensial fenomenologi merupakan perspektif modern tentang manusia dan dunianya.

Fenomenologi dicetuskan sebagai filsafat pertama kali oleh Edmund Husserl (1859-1938), sehingga Husserl dipandang sebagai Bapak Fenomenologi. Menurut Husserl, fenomena adalah realitas sendiri yang tampak, tidak ada selubung atau tirai yang memisahkan subjek dengan realitas. Pendekatan fenomenologi ini digunakan dalam kajian untuk memahami dan menerangkan sebuah fenomena social.

Fenomenologi menyelidiki pengalaman kesadaran yang berhubungan dengan pertanyaan, seperti bagaimana pembagian antara subjek dan objek muncul dan bagaimana suatu hal di dunia ini diklasifikasikan.

2. Interaksi Simbolik

Esensi dari teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008:68). Beberapa ilmuwan mempunyai andil

sebagai perintis teori interaksi simbolik, seperti James Mark Baldwin, Charles Harton Cooley, Jhon Dewey, William Thomas, dan George Herbert Mead, akan tetapi George Herbert Mead yang paling populer sebagai peletak dasar teori tersebut (Mulyana, 2008:68). Mead mengembangkan teori interaksi simbolik sekitar tahun 1930-an pada saat ia menjadi professor filsafat di Universitas Chicago.

Mead dan Cooley memusatkan perhatian pada interaksi individu-individu dan kelompok. Mereka menemukan bahwa individu-individu tersebut berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat, dan kata kata (Suprpto, 2002:60). Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Sebagai mana dikatakan Fisher (1986) sebagai sebuah teori, interaksionisme simbolik mencoba melihat realitas sosial yang diciptakan manusia. Manusia di dalam dirinya memiliki esensi budaya, saling berhubungan, masyarakat, dan buah pikiran tiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan pribadi.

Ralfh LaRossa dan Donald C. Reitzes dalam West & Turner (2008:98) menyatakan asumsi-asumsi dalam Teori Interaksi Simbolik memperlihatkan tiga tema besar, yaitu:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi yang membutuhkan konstruksi interpretif di antara orang-orang untuk menciptakan makna. Bahkan, tujuan dari interaksi menurut teori ini adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama maka berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Menurut LaRossa dan Reitzes, tema ini mendukung tiga asumsi yang diambil dari karya Herbert Blumer (dalam West & Turner, 2008:99). Ketiga asumsi itu adalah:

- a. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka. Asumsi ini menjelaskan perilaku sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan *respons* orang berkaitan dengan rangsangan tersebut.
- b. Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia. Mead menekankan dasar intersubjektif dan makna. Makna dapat ada, menurut Mead, hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol yang mereka

pertukarkan dalam interaksi. Blumer dalam West & Turner (2008:100) menjelaskan bahwa terdapat tiga cara untuk menjelaskan asal sebuah makna. Satu pendekatan mengatakan bahwa makna adalah suatu yang bersifat *intrinsic* dari suatu benda. Pendekatan kedua terhadap asal-usul makna melihat makna itu. Pendekatan ini mendukung pemikiran yang terkenal bahwa makna terdapat di dalam orang, bukan di dalam benda. Dalam sudut pandang ini, makna dijelaskan dengan mengisolasi elemen-elemen psikologis di dalam seseorang individu yang menghasilkan makna. Pendekatan ketiga terhadap makna adalah melihat makna sebagai sesuatu yang terjadi di antara orang-orang. Makna adalah “produk sosial” atau “ciptaan” yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktifitas manusia ketika mereka berinteraksi”.

- c. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif. Blumer menyatakan bahwa proses interpretif ini memiliki dua langkah. Pertama, para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Blumer beragumen bahwa bagian dari proses ini berbeda dari pendekatan psikologis dan terdiri atas orang yang terlibat di dalam komunikasi dengan dirinya sendiri. Langkah kedua melibatkan si pelaku untuk

memilih, mengecek, dan melakukan transformasi makna di dalam konteks dimana mereka berada.

2. Pentingnya konsep mengenai diri

Tema kedua dalam Teori Interaksi Simbolik adalah pentingnya konsep diri, atau seperangkat persepsi yang relatif stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri. Tema ini memiliki dua asumsi tambahan, menurut LaRossa dan Reitzes (dalam West & Turner, 2008:101) adalah sebagai berikut:

- a. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain. Asumsi ini menyatakan bahwa kita membangun perasaan akan diri, tidak selamanya melalui kontak dengan orang lain. Orang-orang tidak lahir dengan konsep diri, tetapi mereka belajar tentang diri mereka melalui interaksi dengan orang lain.
- b. Konsep diri memberikan motif penting untuk perilaku. Pemikiran bahwa keyakinan, nilai, perasaan, penilaian-penilaian mengenai diri mempengaruhi perilaku merupakan prinsip penting dari teori interaksi simbolik. Mead berpendapat bahwa karena manusia memiliki diri, mereka memiliki mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri. Mekanisme ini digunakan untuk menuntun perilaku dan sikap. Penting juga diingat bahwa Mead melihat diri sebagai sebuah proses, bukan struktur.

3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Tema yang terakhir dengan hubungan antara kebebasan individu dan batasan sosial. Mead dan Blumer (dalam West & Turner 2008:103) mengambil posisi tengah untuk hal ini. Mereka mencoba untuk menjelaskan baik mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial. Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan tema adalah sebagai berikut:

- a. Orang dan kelompok dipengaruhi oleh budaya dan sosial. Asumsi ini mengakui bahwa norma-norma sosial membatasi perilaku individu.
- b. Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial. Asumsi ini menengahi posisi yang diambil oleh asumsi sebelumnya. Interaksi simbolik mempertanyakan pandangan bahwa struktur sosial tidak berubah serta mengetahui bahwa individu dapat memodifikasi situasi sosial.

Perilaku manusia dibentuk dengan proses interaksi dengan diri sendiri, maka kegiatan itu bertolak belakang dengan makhluk makhluk lain, berkaitan dengan hal tersebut Jerome Manus dan Bernard Meltzer (dalam Sendjaja, 1994:33) mengungkapkan bahwa terdapat tujuh proporsisi umum yang mendasari pemikiran interaksionisme simbolik, yaitu:

- a. Bahwa tingkah laku dan interaksi antar manusia dilakukan melalui perantara lambang-lambang yang mengandung arti.
- b. Orang menjadi manusiawi setelah berinteraksi dengan orang lain.
- c. Bahwa masyarakat merupakan himpunan dari orang-orang yang berinteraksi.
- d. Bahwa manusia secara sukarela aktif membentuk tingkah lakunya sendiri.
- e. Bahwa kesadaran atau proses berfikir seseorang melibatkan proses interaksi dalam dirinya.
- f. Tingkah laku ditentukan atau diciptakan dalam kelompok sosial melalui interaksi.
- g. Pengalaman manusia tidak dapat dipahami melalui pengamatan tingkah laku.

Jadi, interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang diterjemahkan dalam bentuk simbol. Sebuah makna dipelajari dan ditetapkan melalui interaksi sosial. Disisi lain, interaksi simbolik memandang bahwa seluruh struktur dan institusional diciptakan oleh adanya interaksi sosial.

3. Makna

Setiap individu selalu memberi makna terhadap sesuatu yang mereka temui di sekitarnya. Mulai dari sesuatu yang dapat mereka lihat atau pegang, hingga segala sesuatu yang tak dapat mereka lihat sekalipun. Makna tidak

terikat pada kata, melainkan pada diri manusia itu sendiri. Kata-kata yang diungkapkan oleh seseorang mungkin boleh saja terdengar sama satu dan yang lain, namun setiap individu yang mengungkapkan kata tersebut bisa saja memiliki makna tersendiri terhadap kata yang mereka ungkapkan.

Fisher (1986:342-343) menyatakan bahwa konsep makna tidak terbatas untuk bidang komunikasi. Ia merupakan wilayah penelitian yang memotong lintas batas berbagai disiplin akademis dan masyarakat ilmiah – filsafat, linguistik, psikologi, sosiologi, Bahasa Inggris (atau Bahasa apa saja), antropologi, diantaranya. Disini dapat kita lihat bahwa makna tidak selalu berarti studi tentang komunikasi manusia, karena makna dapat ada dengan atau tanpa adanya komunikasi. Tetapi, bila ada komunikasi, disitu juga ada makna. Tidak perlu mempelajari komunikasi untuk dapat memaknai sesuatu, namun saat mengkaji komunikasi tentu saja perlu menyertakan studi tentang makna.

Look for meaning in people, not in words. Meaning change but word are relatively static, and share meanings, not only words, through communications (Joseph DeVito, 1998:141)

Makna bagi setiap orang pasti berbeda, untuk itu dalam berkomunikasi kita perlu menyampaikan makna yang jelas dari pesan yang disampaikan, tidak hanya menyampaikan kata-kata sederhana yang tentunya memiliki arti yang sama namun dengan makna yang berbeda.

4. Konstruksi Sosial atas Realitas

Istilah konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami Bersama secara subyektif (Paloma, 1994:305). Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya.

Individu dapat bertindak tepat apabila mampu menetapkan sifat-sifat terhadap realitas yang dimaknai (Horton dan Hunt, 1984:17). Sedangkan dalam konstruksi realitas secara sosial dari Berger dan Luckmann (Horton dan Hunt, 1984:17-18) menjelaskan tentang realitas subyektif dan obyektif tentang masyarakat bahwa:

Masyarakat adalah suatu kenyataan obyektif, dalam arti orang, kelompok, dan lembaga-lembaga adalah nyata, terlepas dari pandangan kita terhadap mereka. Akan tetapi, masyarakat juga merupakan suatu kenyataan subyektif dalam arti bagi tiap orang, dan lembaga-lembaga lain tergantung pada pemandangan subyektif orang tersebut. Apakah sebagian orang sangat baik atau sangat keji, apakah polisi pelindung atau penindas. Apakah perusahaan swasta melayani kepentingan umum atau pribadi --- ini adalah persepsi yang mereka bentuk dari pengalaman-pengalaman mereka sendiri dan persepsi ini merupakan “kenyataan” bagi mereka yang memberikan penilaian tersebut.

Proses awal dari sebuah konstruksi sosial adalah internalisasi (Berger dan Luckmann, 2012:177). Internalisasi sebagai bagian dari realitas subyektif diartikan sebagai:

Pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna; artinya, sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subyektif orang lain yang demikian menjadi bermakna secara subyektif bagi diri sendiri. Ini tidak berarti bahwa saya memahami orang lain secara memadai, malahan bisa saja keliru.

Penelitian ini berusaha mengungkap pemaknaan *ngopi* bagi remaja. Internalisasi mereka dalam realitas subyektif yang dialami akan diungkap dengan pendekatan tersebut.

Hal yang hampir sama berkaitan tentang makna juga diungkapkan oleh Welden Johnsons (dalam DeVito, (1991:123).

1. Makna ada dalam diri manusia.

Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Manusia menggunakan kata-kata semata-mata agar makna tersebut dapat dikomunikasikan. Dengan kata lain kata-kata hanya sebagai kendaraan bagi makna, akan tetapi kata-kata tidak akan dapat menjelaskan dengan sempurna makna yang ingin disampaikan karena itu berada dalam diri penyampai pesan.

2. Makna selalu berubah.

Kata-kata bersifat statis tapi maknanya dinamis. Banyak kata-kata yang telah digunakan puluhan tahun lalu saat ini telah mengalami perubahan makna.

3. Makna tidak terbatas jumlahnya.

Kata-kata yang dimiliki bahasa memiliki keterbatasan jumlah, sedangkan makna yang akan diwakilkan tidak terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan satu kata dapat memiliki banyak makna.

4. Makna dikomunikasikan hanya sebagian.

Setiap saat kita memaknai peristiwa yang bersifat sangat kompleks, akan tetapi hanya sebagian kecil saja dari makna tersebut yang benar-benar bisa dijelaskan.

Berkaitan dengan penelitian ini, penjelasan makna Johnsons akan membantu penulis mengeksplorasi konstruksi makna *ngopi* bagi remaja. Penjelasan makna tersebut akan saling melengkapi dengan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann.

5. Kafe

Secara Bahasa, *café* berasal dari Bahasa Perancis yaitu *coffee* yang memiliki arti kopi (Oldenburg, 1989:126). Kata ini kemudian disederhanakan kedalam Bahasa Indonesia menjadi kafe (Herlyana, 2012). Secara sederhananya kafe mengacu kepada (minuman) kopi, yang kemudian lebih dikenal sebagai tempat menikmati kopi ataupun berbagai jenis minuman lain

non-alkohol serta berbagai jenis minuman ringan dan juga sajian makanan ringan lainnya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan S. Medlik (1996:30)

“Café is establishment providing food and refreshment for consumption and the premises to general public”

Hornby (2005) mengartikan kafe kedalam dua terminology, yaitu

- (1) *A place where you can buy drink and simple meals*

Kafe merupakan tempat dimana kita bisa membeli minuman dan makanan kecil.

- (2) *Small shop (store that sells sweets, food, newspaper, etc) usually stay open later than other shop or store*

Dalam hal ini, kafe dianggap sebagai kedai atau warung yang menjual minuman ataupun makanan, tetapi juga menjual koran, manisan, dan lainnya. Biasanya kafe buka hingga larut malam.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat kita simpulkan bahwa kafe merupakan tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman, serta memiliki suasana yang nyaman untuk berkumpul.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah semacam petunjuk tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.

1. Makna

Makna tidak terdapat dalam kata-kata, melainkan ada di dalam diri manusia. Kata-kata adalah salah satu cara seseorang untuk mengkomunikasikan makna yang ada di dalam dirinya. Setiap individu butuh sesuatu untuk mengekspresikan makna yang ingin disampaikan, hal ini yang menyebabkan makna sangat dekat dengan ilmu komunikasi.

2. Budaya *Ngopi*

Budaya *ngopi* merupakan bentuk ragam budaya yang ada di Indonesia. Keberagaman budaya tersebut dapat dilihat sebagai sikap, cara hidup, dan nilai-nilai dalam suatu kelompok tertentu. Hal ini dipahami pula sebagai pola aktifitas tertentu yang sudah menjadi kebiasaan, yaitu *ngopi*. Budaya *ngopi* tetap eksis sampai saat ini sebagai bentuk ekspresi keberagaman masyarakat sebagai pengisi waktu luang seperti berkumpul bersama teman sambil *ngopi*, ataupun sekedar menjadi teman di pagi hari sebelum memulai aktifitas.

Budaya *ngopi* sekarang telah cukup difasilitasi oleh kafe atau kedai kopi sebagai sesuatu yang dianggap sakral bagi orang tertentu. Budaya *ngopi* dapat dipahami tersendiri bagi pelakunya. Ada yang menyebut budaya *ngopi* sebagai kewajiban agar tetap semangat dan berkonsentrasi dalam beraktifitas, adapula yang menyebut sebagai sarana sosialisasi. Namun apapun itu, budaya *ngopi* telah menjadi sesuatu yang dinamis serta memiliki makna tersendiri bagi pelakunya.

3. Fenomenologi

Fenomenologi merupakan sebuah kajian tentang gejala yang sedang terjadi di masyarakat. Lebih lanjut, fenomenologi diartikan sebagai ilmu yang berusaha mencari penjelasan terhadap realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep, dalam hal ini pemahaman manusia terhadap suatu gejala yang dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain.

4. Remaja

Menurut Siti Sundari masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/fungsi untuk memasuki masa dewasa. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria.

Dalam masa remaja ini, seseorang akan mengalami pematangan, baik dari pematangan fisik ataupun pematangan psikologis.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

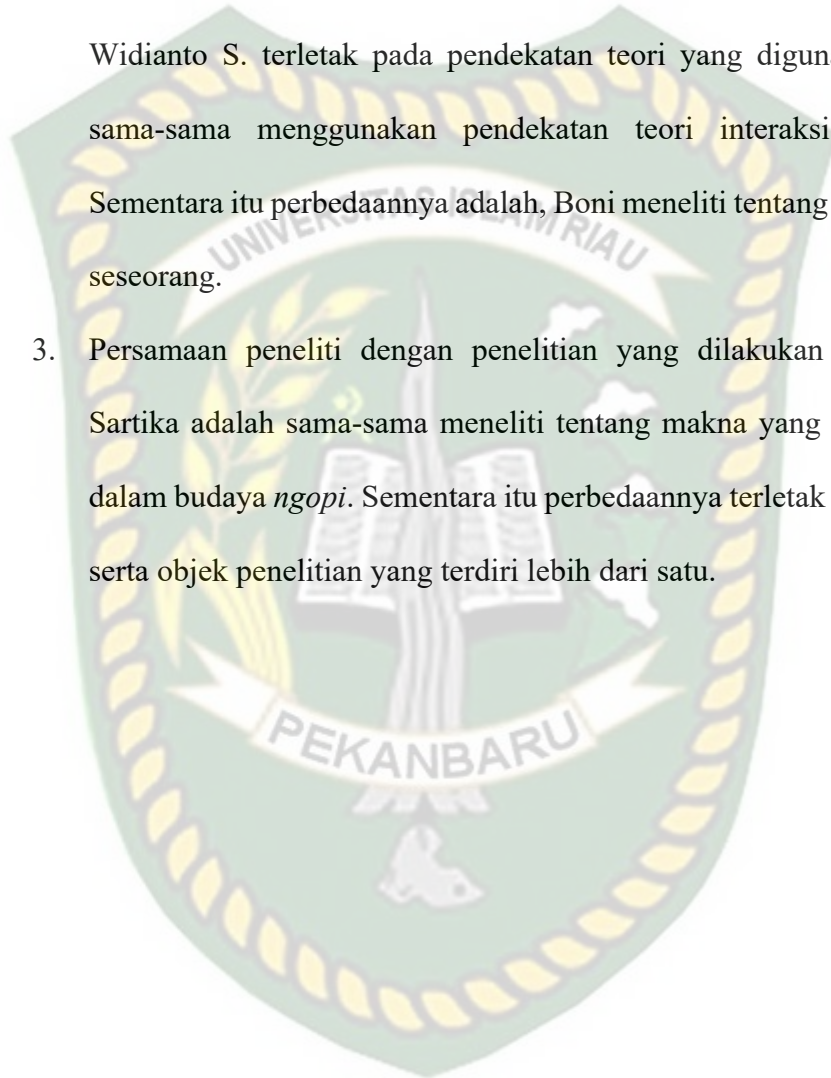
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1	Atwar Bajari	Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi pada Anak Jalanan di Cirebon (Studi Fenomenologi Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi pada Anak Pengamen dan Anak Pengemis di Lingkungan Makam Sunan Gunung Jati Kabupaten Cirebon)/2009	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif	Anak jalanan memaknai peranan diri dalam keluarga dan masyarakat sebagai individu yang mandiri dan berusaha memiliki relasi sosial dalam konteks di jalanan. Anak pengemis memiliki pemaknaan peran diri sebagai diri yang memenuhi kebutuhan sendiri dan mengurangi beban orang tua, sedangkan pengamen anak-anak memiliki pemaknaan diri sebagai diri yang berusaha memenuhi kebutuhan dasar dan melepaskan diri dari segala bentuk ketergantungan dengan orang lain.
2	Boni H. Widiyanto S.	Konsep Diri Anggota Geng Motor Exalt to Coitus (XTC) di Bandung (Studi Fenomenologi dengan Pendekatan Teori Interaksi Simbolik)/2012	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif	Adanya tingkatan status dalam keanggotaan geng motor XTC, yaitu status Kerja, Mahasiswa, Pelajar, dan Pengangguran.
3	Rani Sartika	Pergeseran Budaya <i>Ngopi</i> di Kalangan Generasi Muda di Kota Tnajung Pinang/2017	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif	Fungsi kedai kopi mengalami pergeseran akibat munculnya kedai-kedai kopi modern, dimana kedai kopi modern memberikan makna sebuah aktivitas konsumsi yang eksklusif bagi konsumennya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah ditampilkan di atas, ada beberapa perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu:

1. Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Atwar Bajari adalah sama-sama meneliti tentang konstruksi makna.

Sementara itu perbedaannya terletak pada subjek penelitian, Atwar Bajari lebih berfokus pada anak pengamen dan anak pengemis.

2. Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Boni H. Widiyanto S. terletak pada pendekatan teori yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan teori interaksi simbolik. Sementara itu perbedaannya adalah, Boni meneliti tentang konsep diri seseorang.
3. Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Rani Sartika adalah sama-sama meneliti tentang makna yang terkandung dalam budaya *ngopi*. Sementara itu perbedaannya terletak pada lokasi serta objek penelitian yang terdiri lebih dari satu.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian ini muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas/fenomena/gejala. Dalam paradigma ini, realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna. Paradigma yang demikian disebut paradigma potpositivisme, dimana dalam memandang gejala lebih bersifat tunggal, statis, dan konkrit. Paradigma postpositivisme mengembangkan metode penelitian kualitatif, dan positivisme mengembangkan metode kuantitatif (Sugiyono, 2009:1).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran, dalam kognitif dan dalam tindakan-tindakan perseptual. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep kunci yang intersubyektif. Karena itu, menurut Kuswarno (2009:53) “penelitian fenomenologis bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mempertahankan bentuk isi dan perilaku manusia dan mengetahui kualitasnya. Penelitian kualitatif berusaha untuk membawa pembacanya ke dalam pemahaman

multidimensional dari permasalahan atau isu yang diangkat. Laporan penelitian kualitatif berusaha menampilkan permasalahan dan segala kompleksitasnya. Karena itulah, penelitian kualitatif seringkali memakan waktu dalam proses analisisnya, analisis kualitatif dilakukan dengan mempertimbangkan banyak sekali variabel.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di jenjang Perguruan tinggi. Menurut Creswell (1998:112) aktivitas pengumpulan data dapat dilakukan terhadap tidak lebih dari sepuluh orang responden. Sumber dijadikan informan utama atau sumber data utama.

Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Perguruan Tinggi yang berjumlah 5 (lima) orang, dengan kriteria berusia remaja yang mengunjungi Koping (Kopi Pekanbaru Keliling) lebih dari 3 (tiga) kali dalam rentang waktu selama 1 minggu atau minimal sebanyak 12 kali dalam sebulan dan memiliki waktu yang memadai untuk dimintai informasi.

Selanjutnya, Subjek penelitian yang telah memenuhi kriteria dapat dilihat dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2 Subjek Penelitian

NO.	NAMA	UMUR	INTENSITAS / BULAN	JENJANG PENDIDIKAN
1	Nur Rohim Laras Setia	20 Tahun	13 Kali / Bulan	Mahasiswi
2	Ismu Wahyudi	20 Tahun	15 Kali / Bulan	Mahasiswa
3	Rizky Nanda Putra	19 Tahun	15 Kali / Bulan	Mahasiswa
4	Muhammad Ikhsan Setiawan	19 Tahun	13 Kali / Bulan	Mahasiswa
5	Ariq Muhtarom Amka	19 Tahun	13 Kali / Bulan	Mahasiswa

2. Objek Penelitian

Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah makna ngopi bagi remaja di Kopi Pekanbaru Keliling. Makna dikonstruksikan dengan melihat bagaimana para remaja memaknai budaya *ngopi*.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dari penelitian ini akan dilakukan di Kopling yang berlokasi di Jalan Sumahilang, Pekanbaru Kota (halaman Studio 2 TV MelayuProv. Riau).

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari Oktober 2018 hingga Februari 2019 atau lebih kurang 6 bulan.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU PENELITIAN																				KET				
		OKTOBER				OKTOBER - JANUARI				JANUARI				PEBRUARI				MARET					APRIL			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
1	PENGAJUAN JUDUL		X																							
2	PRA OBSERVASI					X	X	X	X																	
3	PENYUSUNAN PROPOSAL DAN BIMBINGAN											X														
4	SEMINAR PROPOSAL												X													
5	REVISI												X	X												
6	PERSIAPAN DAN PENYUSUNAN														X											
7	RISET															X										
8	PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA																X	X								
9	KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI																		X							
10	UJIAN SKRIPSI																				X					
11	REVISI DAN PENGESAHAN SKRIPSI PENGADAAN SERTA PENYERAHAN																					X				
12	SKRIPSI																							X		

D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terbagi atas dua, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini diperoleh melalui responden yang berjumlah lima orang yang berasal dari pengunjung rutin Kopleng (Kopi Pekanbaru Keliling) dengan status Mahasiswa Perguruan Tinggi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen penelitian seperti halnya jurnal, buku, dan data lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena-fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilaian tersebut, bagi pelaksana observasi untuk melihat objek moment tertentu, sehingga mampu memisahkan antara yang diperlukan dengan yang tidak diperlukan (Margono, 2007:159)

Peneliti akan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu Kopleng (Kopi Pekanbaru Keliling) yang berlokasi di Jalan Sumahilang, Pekanbaru Kota (halaman Studio 2 TV Melayu, Prov. Riau). Adapun yang akan diamati langsung adalah bagaimana kegiatan *ngopi* para

remaja di Koping (Kopi Pekanbaru Keliling) tersebut sebagai data catatan tambahan bagi peneliti untuk penelitian ini.

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara mendalam dapat dianggap sebagai teknik pengumpulan data yang utama. Wawancara mendalam, atau disebut juga wawancara tak terstruktur bersifat luwes layaknya pembicaraan informal. Dalam wawancara mendalam, bentuk pengetahuan yang diperoleh dan validitas analisisnya didasarkan pada pemahaman yang “dalam” (Mulyana, 2002:181)

Wawancara mendalam dipilih oleh peneliti karena memungkinkan informan untuk menceritakan secara santai isu-isu yang dibahas namun tetap memiliki data yang dapat dipertanggung jawabkan. Wawancara secara mendalam juga memungkinkan informan menggunakan cara-cara unik dalam mendefinisikan dunia yang digelutinya.

Adapun wawancara dilakukan dalam beberapa teknik, yaitu:

1. Tak Berstruktur

Peneliti akan bebas dan leluasa menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan fokus penelitian.

2. Tidak Berterus Terang

Dalam mengumpulkan data kadang dilakukan wawancara pada seorang informan dalam situasi informal, tetapi peneliti menangkap inti pembicaraan yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Meskipun wawancara yang dilakukan bersifat informal, dalam beberapa hal yang dirasa penting peneliti akan membuat garis-garis besar pertanyaan terlebih dahulu sebelum turun ke lapangan. Meskipun demikian, pertanyaan tersebut tidak akan ditanyakan secara berurutan, namun hanya diselipkan dalam pembicaraan antara peneliti dan informan saja.

3. Dokumentasi

Menurut Soehartono (2008:70) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam, seperti diantaranya dokumen, foto, dan bahan statistik, tidak hanya dokumen resmi.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Moleong (2006:320) setiap penelitian memerlukan uji keabsahan data atau uji validitas dan pemeriksaan terhadap keabsahan data mutlak dilakukan sehingga penelitian tersebut benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi. Pengujian data ini diperlukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh sudah benar atau belum. Pada penelitian ini, pengujian keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi adalah membandingkan data yang diperoleh peneliti dari kegiatan informan dan informan lainnya, maupun dari sumber lainnya, membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan perkataan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan

secara pribadi, dan membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan akan berguna dan bermakna dalam menjawab permasalahan penelitian jika diolah dan dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan model interaksi Miles dan Huberman (dalam Agus Salim, 2006:20) yang terdiri dari tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi Data

Peneliti melakukan pemilihan, dan pemusatan perhatian untuk penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh.

2. Penyajian Data

Peneliti mengembangkan sebuah deskripsi informasi tersusun untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Peneliti berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperoleh dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas dari fenomena, dan proposisi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling)

Kopi Pekanbaru Keliling atau yang biasa lebih dikenal dengan sebutan Kopling merupakan tempat ngopi dengan suasana baru yang hadir pertama di akhir tahun 2018. Awalnya kopling beralamat di jalan Sumahilang, Pekanbaru Kota, atau lebih tepatnya ada di depan Tugu Bambu Runcing di sekitaran Kompleks Masjid Agung An-Nur yang beroperasi pada pukul 18.00 wib hingga pukul 24.00 wib.

Seiring dengan berjalannya waktu, kopling kini menekankan konsep “keliling” yang merupakan salah satu nilai jual dari kopling itu sendiri. Gerobak sepeda yang digunakan kopling memang memungkinkan untuk kopling agar dapat berpindah tempat secara mudah. Dengan berpindah tempat dalam kurun waktu beberapa bulan sekali, diharapkan pengunjung setia kopling mendapatkan suasana berbeda dan terkesan tidak itu-itu saja seperti halnya kedai kopi konvensional ataupun kafe pada umumnya.

Hingga saat ini, kopling telah berjualan di 3 (tiga) lokasi, yaitu, di depan Tugu Bambu Runcing di sekitaran Kompleks Masjid Agung An-Nur, lalu pindah ke halaman Tv Melayu (Studio 2), Suka Mulia, Kec. Sail, Pekanbaru, Riau, sampai yang terakhir berada di Jl. Dr. Sutomo no. 102, Suka Mulia, Kec. Sail, Pekanbaru, Riau.

Rentang harga yang ditawarkan kopling mulai dari Rp. 8.000 hingga yang termahal Rp. 20.000. dengan berbagai menu yang beragam, baik yang diseduh secara manual ataupun diracik dengan bantuan mesin pembuat kopi.

Bagi mereka yang memang menyukai kopi, dapat menikmati berbagai biji kopi seperti Aceh Gayo, Solok Rajo, Robusta Temanggung, Java Ijen, dan berbagai biji kopi lain yang diseduh menggunakan teknik *V60* ataupun tubruk. Menu lain yang ditawarkan kopling adalah, kopi susu dengan nama unik yang disesuaikan dengan tingginya kandungan kopi jika dibandingkan dengan campuran susu dalam ukuran satu gelas, yang jika diurutkan dari tinggi ke rendah menjadi Kopi Racikan Kakek, Kopi Racikan Cucu, dan Kopi Racikan Nenek.

Ragam menu lain yang ditawarkan adalah minuman dengan bahan dasar *espresso* (*espresso based*). *Espresso* sendiri adalah minuman yang dihasilkan dengan mengekstraksi biji kopi yang sudah digiling dengan menyemburkan air panas di bawah tekanan tinggi. Minuman dengan bahan dasar *espresso* yang disajikan oleh kopling antara lain: *Espresso*, *Americano*, *Long Black*, *Cappucino*, *Coffee Latte*, *Caramel Macchiato*, *Red Presso*, *Greentea Presso*, Kopi Madu, serta Kopi Coklat.

Kopling juga menyediakan menu *non-coffee* bagi pengunjung yang tak biasa meminum kopi seperti: Madu Susu, Jeruk Nipis Peras, Jeruk Susu, Leci Susu, Strawberry Susu, Susu Vanila, Susu Karamel, Susu

Murni, Coklat, Coklat Vanila, Coklat Karamel, Tiramisu, *Red Velvel*, dan juga *Greentea*.

Ragam menu yang ditawarkan ini menjadikan Koping dapat dikunjungi oleh berbagai macam kalangan serta dapat dinikmati oleh setiap orang. Bukan hanya itu, selain menawarkan berbagai macam minuman baik kopi ataupun non-kopi, Koping juga menjajakan makanan ringan seperti donat sebagai teman dalam menyeruput segelas kopi ataupun sekedar selingan untuk mengganjal perut.

Pemilihan tempat yang berada di pinggir jalan tepat di tengah-tengah Kota Pekanbaru bukan lah tanpa alasan. Bidikan utama pengelola koping adalah kaum muda dan para pelintas yang memang ramai berlalu-lalang, sebab segala sesuatu yang menimbulkan kesan cenderung diminati. Terlebih, konsep pinggir jalan yang ditawarkan oleh koping tersebut terbilang cukup mempengaruhi terhadap pembentukan gaya hidup seseorang.

Hadirnya koping juga memberikan nuansa baru dalam menikmati secangkir kopi. Beragam jenis minuman yang disediakan dengan cara yang tak kalah dengan kafe pada umumnya yang ada di Pekanbaru menandakan bahwa operasionalisasi koping tetap menjunjung kualitas yang terbaik meskipun terlihat sederhana bagi sebagian orang.

Sekilas Koping memiliki penampilan layaknya sebuah angkringan yang memiliki konsep pinggir jalan sehingga memberi kesan “merakyat” pada orang-orang yang melihat, namun perbedaan jelas terletak pada fokus

menu yang ditawarkan, jika angkringan terfokus pada makanan, Kopleng jelas lebih berfokus kepada minuman.

Kesan “merakyat” serta berbagai macam menu yang disuguhkan oleh Kopleng sendiri cukup memberi dampak bagi ragam pengunjung, terlihat mulai dari remaja dalam usia sekolah maupun orang dewasa yang telah memiliki keluarga sekalipun datang untuk menikmati suguhan menu di Kopleng.

Melalui banyaknya orang-orang yang membuka bisnis usaha kafe tidak lagi menjual kopi itu sendiri melainkan lebih pada gaya hidupnya, cukup dengan sajian kopi atau minuman lain yang nikmat, tempat yang nyaman dan bahkan dengan berbagai fasilitas yang memanjakan para konsumen untuk dapat berlama-lama di tempat tersebut. Sebab, segala sesuatu yang menimbulkan kesan, cenderung diminati remaja, dan umumnya masyarakat secara luas.

Fungsi dari kedai kopi pada umumnya mengalami pergeseran dari nilai guna setelah munculnya kedai kopi di kota Pekanbaru. Karena semula konsumen mengunjungi kedai kopi guna mendapatkan secangkir kopi untuk di konsumsi, akan tetapi dengan munculnya kedai kopi yang menyajikan tampilan baru seperti kedai kopi yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu Kopi Pekanbaru Keliling atau biasa disebut Kopleng kearah kepentingan lain. Kopleng tidak hanya menawarkan kopi sebagai produk utamanya, akan tetapi secara tidak langsung juga memberikan makna bagi konsumennya yakni sebuah aktivitas konsumsi yang eksklusif.

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan hasil dari penelitian tentang Konstruksi Makna *Ngopi* bagi Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling). Dalam penelitian ini melihat bagaimana para remaja dengan status mahasiswa perguruan tinggi mengkonstruksikan makna ngopi bagi diri mereka sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti memperoleh berbagai macam informasi dalam penelitian ini. Untuk dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti melakukan wawancara kepada informan-informan yang dapat memberikan penjelasan agar tujuan penelitian ini dapat tercapai.

Berikut hasil penelitian yang diperoleh melalui teknik analisis data. Sementara cara penulisan data berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara langsung di lokasi penelitian dengan Remaja yang mengunjungi Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling)

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pengunjung yang telah mengunjungi kopling sebanyak 3 kali dalam seminggu atau 12 kali dalam sebulan serta memiliki kesukaan terhadap kopi, menjadikan informan dapat memiliki makna tersendiri terhadap ngopi.

Beberapa informan memiliki kesukaan berlebih terhadap kopi, sehingga menjadikan kopi sebagai kebutuhan dasar bagi informan tersebut, seperti yang diungkapkan Laras dalam kutipan wawancara dengan penulis;

“Udah suka ngopi juga bang, kadang kalau sehari aja ga minum kopi kayak ada yang kurang rasanya, sehari kadang paling banyak 2 sampai 3 gelas”⁵

⁵ wawancara dengan Nur Rohim Laras Setia

Bagi Laras, kopi merupakan hal dasar yang harus didapatkan setiap hari, hal ini terlihat dari pernyataan Laras yang menyebutkan bahwa iya membutuhkan 2 sampai 3 gelas tiap harinya. Secara umum, seperti yang telah diungkapkan dalam latar belakang, hal ini masih terbilang cukup wajar, mengingat jumlah kafein yang dibutuhkan tubuh perharinya adalah 400mg, atau setara dengan 4 gelas kopi.

Lain halnya dengan informan Ariq yang mengatakan;

“iya tiap hari kan aku minum kopi bang, walaupun gak kopi hitam pokoknya ada kopinya lah, jadinya kan kebiasaan minum kopinya”⁶

Informan Ariq mengungkapkan bahwa ngopi merupakan suatu kebutuhan, hal ini diakibatkan oleh tubuh yang terbiasa menerima asupan kafein dari kopi, sehingga mengakibatkan tubuh harus menerima asupan kafein dari kopi setiap harinya.

Kebiasaan informan meminum kopi menjadikan informan memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap kafein, sehingga menjadikan informan kecanduan dan merasa ada yang kurang jika tidak mengkonsumsi kopi, namun masih dalam kondisi yang dapat ditoleransi oleh informan, seperti halnya yang diungkapkan oleh Ariq yang penulis kutip dari hasil wawancara

“iya candu positiflah bang, yang ga aneh-aneh”⁷

Kecanduan ini disebabkan oleh perubahan budaya yang terjadi pada masyarakat urban dalam beberapa tahun kebelakangan, hal ini terlihat dari menjamurnya kedai kopi dengan berbagai macam konsep. Untuk memanjakan para

⁶ wawancara dengan Ariq Muhtarom Amka

⁷ wawancara dengan Ariq Muhtarom Amka

pengunjung, tempat ngopi tidak hanya menjual menu makanan atau minuman saja, namun tempat ngopi juga menjual suasana bagi para pengunjung. Hal ini dikarenakan menu yang dijual oleh tempat ngopi bisa dikatakan hampir seragam, lain halnya dengan suasana yang dibangun tentu memiliki perbedaan yang menonjol. Selain mencari kopi yang enak, tentu pengunjung juga mencari suasana yang berbeda, seperti halnya yang diungkapkan oleh Ismu kepada penulis dalam kutipan wawancara;

“ya itu tadi bang, tempatnya lain daripada yang lain, baru ini ketemu di pekanbaru, baristanya ramah kali disini, lagi kerja pun ga masalah dia diganggu, kopinya juga bukan kopi-kopi murahan walaupun dipinggir jalan. Yang duduk disini juga mau cerita-cerita sama pengunjung lain, ga sekedar nongkrong aja pokoknya bang.”⁸

Suasana yang ditawarkan tentu banyak mempengaruhi bagaimana orang lain menjatuhkan pilihan ke tempat tertentu. Selain suasana yang diberikan, interaksi antara penjual dan pembeli ataupun interaksi antar sesama pembeli dapat menciptakan ekosistem yang nyaman kepada seluruh pihak, interaksi yang tercipta dengan baik ini juga dapat menciptakan pengunjung tetap bagi tempat usaha itu sendiri, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi seluruh lapisan yang terlibat. Namun tetap saja, rasa minuman yang disajikanlah yang menjadi alasan mutlak bagi seseorang untuk mendatangi tempat tersebut, hal ini kembali dikuatkan oleh Ismu dalam kutipan wawancara berikut;

“enak bang, kalau ga enak ga akan balik kesini lagi kan, gimana pun nyaman tempatnya tapi kalau minumannya ga enak ya abislah, ga akan balik lagi.”⁹

⁸ wawancara dengan Ismu Wahyudi

⁹ wawancara dengan Ismu Wahyudi

Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi individu dalam memberi makna terhadap apa itu ngopi. Setiap individu selalu memberi makna terhadap hal atau aspek yang ia temui di sekitarnya. Mulai dari benda-benda yang secara kasat mata dapat disentuh atau dipegang sampai pada sesuatu yang sifatnya imanen atau transenden. Mulai dari perlengkapan rumah tangga, kendaraan, sampai pada relasi sosial, pengobatan, dan lembaga Pendidikan. Kenyataan tentang makna pada diri setiap orang senantiasa berkembang seiring waktu berjalan dan lingkungan yang ada. Bagaimana lingkungan mempengaruhi atau memberi warna terhadap individu dalam membangun dan menyusun tentang makna yang dimilikinya.

Lingkungan adalah sumber stimuli yang akan selalu menerpa setiap individu untuk selalu menangkap dan memproduksi makna atas segala objek persepsi yang ditemuinya. Lingkungan tidak selamanya yang memberikan makna terhadap individu, tetapi tergantung pada bagaimana individu secara kreatif melalui proses berfikir, mengurangi, menambahkan, dan menghasilkan makna melalui proses perseptual terhadap objek makna yang dihadapinya. Dalam memahami makna menurut Joseph DeVito (1998:141), *“Look for meaning in people, not in words. Meaning change but words are relatively static, and share meanings, not only words, trough communication.”*

Pembentukan makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna tidak akan sama atas setiap individu walaupun objek yang dihadapinya sama. Hal ini terjadi karena cara dan proses

berfikir adalah unik pada setiap individu yang akan menghasilkan keragaman dalam pembentukan makna.

Keunikan berfikir sebagai proses pembentukan makna dalam diri individu ditentukan oleh faktor-faktor dalam diri individu tersebut. Menurut Kaye hal ini terlihat nyata ketika individu membangun komunikasi dengan orang lain. Kaye (1994:34-40) berpendapat bahwa

In a very real sense, communication is about thinking. More precisely, it is concerned with the construction of meaning. Generally, people act toward others on the basis of how they construe others dispositions and behaviour. These constructions (meaning) are, in turn, influenced by individual value system, beliefs, and attitudes.

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari berfikir, terutama dalam menkonstruksikan makna. Seseorang bersikap terhadap sesuatu atau seseorang tergantung makna yang dikonstruksikan oleh seseorang atau sesuatu tersebut. Konstruksi itu sendiri dipengaruhi oleh nilai, keyakinan dan sikap.

Pemberian makna ngopi bagi tiap individu juga tak lepas dari bagaimana cara seseorang mengolah informasi terhadap sekitarnya. Hasil olahan info tersebut dapat dijadikan dasar dalam mengungkapkan makna yang terkandung pada sesuatu tergantung pada bagaimana seseorang yakini.

Makna ngopi sendiri memiliki arti yang berbeda bagi setiap individu, bagaimana individu memaknai jelas tergantung bagaimana individu tersebut menyikapi hal yang ada di sekitarnya, begitu pula menurut para informan yang memiliki makna berbeda perihal makna ngopi, hal ini menjadikan makna ngopi

dapat beragam tergantung pada hal yang dialami informan dan bagaimana informan tersebut menyikapi keadaan sekitarnya. Seperti halnya menurut Laras dalam kutipan wawancara berikut;

“Kalau menurut laras sih ngopi tu lebih ke bersosialisasi gitu bang. Soalnya kaya laras aja gitu contohnya, dari ngopi laras bisa dapat teman baru, bisa dapat relasi baru, jadinya lebih bersosialisasi laras dari ngopi.”¹⁰

Laras mengungkapkan makna ngopi adalah bersosialisasi, laras menjadikan kegiatan ngopi sebagai ajang menjalin pertemanan baru, memang pada dasarnya bersosialisasi merupakan kebutuhan dasar bagi tiap manusia, hakikatnya manusia tidak dapat hidup tanpa adanya bantuan orang lain, kegiatan ngopi merupakan jembatan bagi Laras untuk menjalin hubungan baru dengan orang lain.

Lain halnya makna ngopi menurut Ismu yang penulis rangkum dalam kutipan wawancara berikut;

“ngopi tu ya kebersamaan bang, kan seru kalau ngopi sama-sama gitu bang apalagi kalau suasana gini kan, bisa duduk sama rendah semuanya dibawah, santai sama-sama”¹¹

Ismu memaknai ngopi sebagai kebersamaan, menikmati kopi secara bersama memiliki keseruan tersendiri bagi Ismu. Memang, kedai kopi biasanya ramai dikunjungi oleh orang-orang secara berkelompok, hal ini dapat terlihat di berbagai kedai kopi yang ada di Pekanbaru khususnya. Setiap sudut kedai kopi ramai dikunjungi oleh orang-orang yang ingin sekedar berkumpul, membahas pekerjaan, bahkan hingga mencari kesepakatan dalam menjalin kerjasama antar perusahaan.

¹⁰ wawancara dengan Nur Rohim Laras Setia

¹¹ wawancara dengan Ismu Wahyudi

Makna lain dari ngopi penulis dapatkan juga dari informan lain yaitu Rizky, ia mengungkapkan makna ngopi adalah sebagai berikut;

Rizky sendiri mengungkapkan bahwa ngopi memiliki makna sebagai pelepas lelah. Lebih lanjut, Rizky mengatakan;

“kalau aku mikir gampangnya ya ngopi tu pelepas capek aja sih bang, udah seharian kemana-mana, banyak pikiran, banyak kegiatan, kalau udah jamnya ngopi ya jadi santai sebentar, isi ulang tenaga”¹²

Ngopi dimaknai sebagai pelepas lelah setelah berkegiatan seharian bagi Rizky, pelepas lelah yang dimaksudkan adalah sebagai waktu istirahat. Waktu istirahat setelah melakukan kegiatan dimanfaatkan untuk menikmati kopi. Kafein yang terkandung dalam kopi dapat meningkatkan kadar adrenalin dalam darah, inilah yang membuat kita merasa lebih segar dan hilangnya rasa lelah setelah mengonsumsi kafein.

Seperti yang telah penulis paparkan dalam latar belakang, ngopi telah menjadi gaya hidup masyarakat kekinian, begitu pula yang disampaikan oleh salah satu narasumber yang penulis kutip dalam wawancara;

“kebutuhan aja bang, kalau butuh segar dikit ya ngopi, kalau mau semangat dikit ya ngopi, tapi aku liat ngopi ni jadi gaya hidup pulak sekarang”¹³

Lebih lanjut Ikhsan mengungkapkan;

“ya orang ngopi udah jadi kebutuhan dasar gitu bang, setiap hari pokoknya harus ngopi gitu”¹⁴

¹² wawancara dengan Rizky Nanda Putra

¹³ wawancara dengan Muhammad Ikhsan Setiawan

¹⁴ wawancara dengan Muhammad Ikhsan Setiawan

Melimpahnya produksi kopi di Indonesia, menjadikan masyarakat sangat dekat dengan kopi, banyak aktivitas yang diselingi dengan kopi, hal ini pula yang membuat kopi sebagai kebutuhan masyarakat banyak. Tingginya angka produksi membuat kopi menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Sehingga secara tidak langsung kopi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia.

Makna ngopi terakhir yang penulis dapatkan dari informan adalah sebagai berikut;

“kalau menurut aku ngopi tu ya ngumpul bang”¹⁵

“iya sekarang ni kalau ada yang ngajak ketemu tu orang pada ngomong ngopi yok, padahal pas udah ketemu pun juga gak minum kopi kadang kan, jadi ngopi tu ya ngumpul gitu”¹⁶

Ariq memaknai ngopi sebagai berkumpul, karena menurut Ariq istilah ngopi telah mengalami pergesaran makna dari kegiatan minum kopi menjadi kegiatan berkumpul, karena ngopi saat ini telah menjadi ajakan untuk berkumpul.

Kelima narasumber memiliki makna ngopi yang berbeda, makna ngopi yang berbeda ini tercipta berdasarkan pengalaman masing-masing individu yang tentu berbeda serta bagaimana lingkungan membentuk masing-masing individu.

C. Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian sebelumnya telah memaparkan mengenai temuan-temuan di lapangan menyangkut konstruksi makna ngopi bagi remaja di Kopi Pekanbaru

¹⁵ wawancara dengan Ariq Muhtarom Amka

¹⁶ wawancara dengan Ariq Muhtarom Amka

Keliling (kopling). Berikut hasil penelitian akan dianalisa dan dipaparkan lebih sistematis dan terstruktur.

Kafe menjadi ruang publik bagi remaja dengan tujuan yang berbeda yaitu untuk minum kopi, menunggu seseorang, bertemu dengan teman, mengerjakan tugas, diskusi dengan rekan bisnis, brainstorming, berkumpul dengan keluarga, reuni, sekedar arisan, chatting, bermain game online, streaming film youtube, nongki, melarikan diri dari aktifitas yang melelahkan, menghindari terjebak kemacetan lalu lintas dan me time. Setiap orang membutuhkan me time di mana seseorang dapat menyendiri tanpa diganggu oleh orang lain untuk rehat sejenak dari segala kesibukan. Remaja mengunjungi café kerap dilakukan untuk mengisi waktu luang sebagai alternatif tempat dalam menghindari kebosanan suasana di rumah dan mencari suasana baru.

Keberadaan kafe-kafe diberbagai sudut Kota Pekanbaru telah mempengaruhi sikap dan perilaku anak-remaja untuk singgah, mampir, bahkan *nongkrong* berlama-lama sembari menghabiskan waktu bersama teman ataupun berdua dengan pacar. Tidak hanya itu, keberadaannya pun tak jarang sebagai ajang eksistensi diri remaja melalui berbagai akses yang ditampilkannya diberbagai media sosial seperti berfoto, *update* status, serta *check in place* sebagai momen yang ditujukan pada lingkungan sosialnya secara virtual. Secara tidak langsung peran media sosial semakin penting dan kuat pengaruhnya dalam kehidupan bermasyarakat. Khususnya, kehidupan ekonomi dan sosial lebih berputar pada konsumsi simbol-simbol begitupun dengan gaya hidup yang menekankan pada citra (*image*) dan bukan lagi pada nilai guna atau kemanfaatan.

Keberadaan kafe-kafe yang mempengaruhi sikap dan perilaku remaja (*nongkrong*) tidak lagi berdasarkan pada nilai guna sebagaimana mestinya, melainkan kehadiran kafe merupakan komoditas utama sebagai simbol dan tanda yang signifikansinya bersifat sewenang-wenang (*arbitrer*) dan tergantung kesepakatan. Sebagai misal, anggapan bahwa kafe merupakan tempat *nongkrong* yang elite, *prestise*, berikut merepresentasikan kelas atas hanyalah merupakan simbol yang ditanamkan melalui pihak kafe saja. Terlebih, konsep ruang kafe tersebut juga melahirkan pemaknaan yang sifatnya merubah. Bagaimana nuansa yang ada pada kafe saat ini sarat kita maknai sebagai tempat yang memberikan rasa nyaman, mewah, serta *prestisius*, padahal sebetulnya perasaan nyaman berikut nuansa mewah dan *prestise* belum tentu dapat kita rasakan jika sebelumnya tidak pernah merasa mengunjungi terlebih merasakannya, akan tetapi, konsep kenyamanan ruang kafe ‘mendahuluinya’ melalui berbagai iklan, media, terlebih wacana yang sengaja dimunculkan untuk mengusik serta menggoda sehingga membuat orang bertanya-tanya dan ingin mencobanya. Seolah, keberadaan kafe dengan nilai kemewahannya sengaja dikeluarkan di permukaan bukan lagi di dalam.

Karakteristik yang menonjol pada remaja peminum kopi adalah gaya hidup dan kehidupan sosial mereka. Dalam gaya hidup yang dilakukan oleh remaja peminum kopi mayoritas suka menghabiskan dengan melakukan kegiatan bersama teman-temannya. Kegiatan tersebut adalah mulai dari keluar dan berkumpul dengan teman-teman, melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, bermain, dan berolah raga. Sedangkan untuk kehidupan sosial remaja peminum kopi, mayoritas mereka adalah

remaja yang supel dan suka bergaul, dan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Namun ada juga yang pendiam, sulit bergaul dan tidak aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Karakteristik remaja peminum kopi ini mempengaruhi perilaku konsumtif pada minuman kopi yang dilakukan remaja peminum kopi. Bertujuan untuk memenuhi keinginannya mereka melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi sebagai cara untuk memuaskan keinginannya.

Perilaku konsumtif yang dilakukan remaja peminum kopi lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan dan individu cenderung dikuasai oleh hasrat kesenangan semata. Hal ini terbukti dari temuan dalam penelitian ini, bagi para remaja peminum kopi mengkonsumsi kopi atau ngopi juga dipandang sebagai cara untuk mencapai tujuan memenuhi keinginan. Pengetahuan mengenai perilaku mengkonsumsi kopi oleh remaja peminum kopi adalah secangkir kopi akan lebih nikmat bila diminum bersama-sama, dengan mengobrol, bercanda, merokok, dengan suasana dan tempat yang mendukung. Selain itu juga sebagai tempat yang nyaman untuk menghibur diri karena permasalahan yang dialami. Dalam melakukan perilaku konsumtif, hal pertama yang mereka lakukan adalah memilih tempat mengkonsumsi kopi. Tempat yang mereka kunjungi untuk mengkonsumsi kopi berkaitan dengan harga, menu, fasilitas, dan kenyamanan tempat.

Remaja peminum kopi seperti memiliki interval waktu yang sering mereka gunakan untuk melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi. Dalam sehari remaja peminum kopi bisa dua sampai tiga kali melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, yang pasti mereka lakukan setiap harinya. Lama waktu yang digunakan remaja peminum kopi dalam melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi pun juga bervariasi,

ada yang paling cepat sekitar satu jam, itu tergantung dari teman-teman atau mau ada kepentingan lainnya. Sekitar dua jam atau tiga jam itu adalah waktu yang biasa digunakan remaja peminum kopi dalam mengkonsumsi kopi.

Kegiatan yang dilakukan remaja peminum kopi di tempat mengkonsumsi minuman kopi pun bermacam- macam, mulai dari mengobrol, bercanda, curhat dengan teman- temannya, merokok dan menikmati suasana tempat mengkonsumsi kopi sehingga membuat waktu untuk mengkonsumsi kopi terasa lebih nikmat. Maka dari itu, dalam melakukan kegiatan konsumtif mengkonsumsi minuman kopi, remaja peminum kopi bisa menghabiskan biaya yang lebih besar dari pada pemasukan yang mereka dapatkan dari uang saku yang mereka terima.

Begitu pula dengan fenomena budaya ngopi mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, hal ini menyebabkan masyarakat luas menjadi penikmat kopi, tidak terkecuali mereka yang berada di tingkatan usia remaja, khususnya mahasiswa perguruan tinggi. bagi para remaja ini, makna ngopi tentu berbeda antara satu dan lain orang.

Pembentukan makna adalah berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Pembentukan makna ngopi merupakan pemaknaan terhadap sederet pengalaman dalam hidup mereka, sehingga pengalaman ini mempengaruhi pemaknaan diri pada saat penelitian ini berlangsung.

Segelas kopi memiliki banyak makna tergantung bagaimana masing-masing individu memaknainya, begitupun dengan makna minum kopi atau biasa yang disebut ngopi di masyarakat saat ini. Makna ngopi bagi remaja saat penelitian ini

berlangsung tentu sangat dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menikmati segelas kopi. Proses pemaknaan tersebut akan terus berlangsung selama mereka masih melakukan proses berfikir atas stimulus yang diterimanya. Proses tersebut akan terus saling kait mengait dan akan terus berlangsung hingga masa yang akan datang.

Ralf LaRossa dan Donald C. Reitzes (dalam West dan Turner, 2008:96) menyatakan pentingnya makna bagi perilaku manusia. Hal ini menjelaskan bagaimana pemaknaan ngopi bagi remaja dan cara mereka berinteraksi.

Ketika meminum kopi, pikiran akan terasa segar akibat efek dari kafein, hal ini menyebabkan banyak orang yang menyebutkan bahwa kopi merupakan sumber inspirasi. Efek lain dari kopi adalah insomnia, sehingga bagi mereka yang mengkonsumsi kopi akan menyebabkan susah tidur, hal ini banyak dimanfaatkan bagi remaja khususnya untuk dapat terus terjaga hingga larut malam untuk membuat tugas ataupun untuk sekedar bermain game.

Tingginya tingkat konsumsi kafein tentu akan menyebabkan konsumsi batas wajar dalam mengkonsumsi kafein meningkat pula. Keseringan mengkonsumsi kafein pun tentu akan mempengaruhi batas wajar kafein yang diperlukan bagi tubuh yaitu 400 mg.

Namun dilain hal, penelitian menyebutkan bahwa kopi dapat mengurangi rasa depresi. Beban pikiran yang terangkum mulai dari tekanan pekerjaan, tugas-tugas yang menumpuk, kemacetan, hingga tuntutan-tuntutan lain dapat menyebabkan depresi. Minum kopi menjadi salah satu cara untuk mengurangi rasa depresi tersebut. Karena pikiran akan terasa segar kembali akibat efek dari kafein.

Lingkungan juga sangat mempengaruhi bagaimana seseorang memaknai ngopi, lingkungan yang menyenangkan tentu akan membuat pengalaman ngopi terasa menyenangkan pula. Begitupun sebaliknya, lingkungan yang kurang menyenangkan tentu akan mengakibatkan pengalaman ngopi yang dialami seseorang akan tidak menyenangkan pula. Kedai kopi saat ini merupakan salah satu tempat dalam bertukar informasi, hal ini tentu akan menciptakan pengalaman ngopi yang berbeda pula bagi orang-orang yang terlibat.

Faktor-faktor ini sekali lagi memiliki pengaruh yang besar bagi seseorang dalam memaknai kegiatan minum kopi ini. Interaksi yang berlangsung akan menjadi sebuah informasi yang akan diolah dalam kerangka berfikir seorang individu sesuai dengan kemampuan serta kemampuan kognitifnya, sehingga akhirnya dapat berproses untuk dapat memaknai ngopi berdasarkan pengalaman-pengalaman yang dialami masing-masing individu.

Penyesuaian yang dilakukan masing-masing individu berdasarkan pengalaman yang ada menyebabkan makna ngopi menjadi berbeda pula. Konstruksi makna merupakan proses panjang pemaknaan kejadian-kejadian atau peristiwa yang menuntut individu untuk memaknainya dan menentukan bagaimana pengalaman tersebut diartikan dan digunakan dalam kehidupannya.

Pembahasan penelitian makna *ngopi* bagi remaja akan dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Makna *ngopi* sebagai media sosialisasi

Kehidupan remaja memang tidak jauh dengan berbagai aktivitas yang digelutinya. Dari berbagai aktivitas- aktivitas yang dilakukan oleh para

remaja, proses sosialisasi yang merupakan hal yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Proses interaksi sosial adalah hal wajib yang harus dimiliki remaja demi mematangkan dan memupuk kreatifitas intelektualnya.

Saat ini keberadaan kafe bukan lagi sekedar pemuas dahaga atau rasa lapar. Melainkan bagi sebagian remaja, kafe merupakan sarana untuk membangun kehidupan sosialnya, baik itu *nongkrong* atau yang biasa disebut *meet up*, bergaul ataupun sekedar mengaktualisasikan gaya hidupnya. Terlebih, gaya hidup *nongkrong* di kafe dapat menaikkan *prestise* mereka.

Dengan duduk santai ditemani secangkir kopi dapat membuka cakrawala kehidupan yang mungkin tidak ada pada bangku perkuliahan ataupun kegiatan akademis lain yang diikuti. Melalui obrolan- obrolan singkat, dapat membentuk remaja yang mungkin dulunya kuper bisa menjadi lebih sosialis karena disitu ada media yang membantunya. Awalnya iseng, lama-kelamaan menjadi kebutuhan wajib sebagai rutinitas yang harus diagendakan.

Sebagai remaja, mengikuti tren yang ada merupakan suatu bentuk aktualisasi diri yang dilakukan untuk membentuk konsep diri mereka terhadap orang lain. Selain faktor nyaman dan pengaruhnya terhadap gaya hidup, bentuk aktualisasi diri juga merupakan bagian dari satu kebutuhan yang wajib dipenuhi. Salahnya satunya adalah kebiasaan remaja untuk *nongkrong* di kafe yang erat kaitannya dengan bagian dari kebutuhan aktualisasi diri mereka.

Dapat dilihat, bagi sebagian remaja kebutuhan *nongkrong* atau pergi ke kafe berbeda dengan kebutuhan orang-orang dewasa yang umumnya hanya untuk mengonsumsi kopi ataupun hanya sebatas melepas penat, atau bertemu rekan bisnisnya. Untuk remaja saat ini, pergi dan *nongkrong* di kafe merupakan sebuah budaya populer tersendiri di mana ketika berada di dalam kafe tersebut selain membeli makan dan minuman tetapi juga membeli nilai-nilai *prestise* yang ditimbulkan dari kepopuleran budaya *ngafe* tersebut sehingga tak jarang remaja masa kini *nongkrong* di kafe hanya untuk memperoleh status sosial yang dianggap tinggi oleh orang lain.

Tindakan meng-*update* status ketika berada di kafe saat ini sudah banyak dan sering dilakukan oleh remaja masa kini sehingga kita menganggapnya tindakan yang wajar, namun jika diteliti lebih mendalam itu adalah sebuah pengungkapan diri di mana beberapa kelompok remaja dalam gambar tersebut ingin dilihat dan diapresiasi oleh orang lain. Selain foto diri dan bersama teman yang diunggah ke media sosial, juga banyak remaja beraktualisasi diri dengan mengunggah foto produk dari sebuah kafe yang dibeli dengan menampilkan sebuah *brand*.

Perilaku mengunggah foto makanan atau minuman dengan menampilkan *brand* kafe yang cukup terkenal banyak dilakukan oleh remaja saat ini, dengan mengunggah foto *brand* tersebut mereka seperti ingin memberitahukan kepada orang banyak bahwa mereka sedang berada di sebuah tren yang sedang *happening* yaitu *nongkrong* di kafe. Lebih

lanjut, keragaman bentuk dan fungsi kafe bagi remaja tidak hanya dilihat berdasarkan jenis makanan atau minuman yang ditawarkan, tetapi individu yang ada beserta kegiatan yang terjadi di dalamnya ikut mempengaruhi proses konsumsi dewasa ini.

Pemahaman area konsumsi (*sites of consumption*) sebagai pembentuk konsumerisme cara hidup, dalam hal ini budaya *nongkrong* remaja di kafe, tak pelak memunculkan dimensi spasial konsumerisme sebagai gaya hidup. Sebagai area konsumsi, kafe sejatinya yang selama ini identik dengan tempat meminum kopi, bercengkerama sembari ditemani minuman atau hidangan ringan pada perkembangannya tidak hanya sebatas pada

kegiatan itu saja. Persoalan minum kopi, pun minuman sejenis lainnya tidak hanya sebatas untuk melepaskan dahaga, melainkan terjadinya berbagai motif dan dinamika yang dimiliki seseorang ketika mengunjungi sebuah kafe ikut mempengaruhi ragam perilaku konsumen kafe terhadap ruang kafe itu sendiri. Oleh karenanya, kafe saat ini sarat dimaknai sebagai ruang yang tidak hanya sebatas pada penyediaan kopi sebagai simbol keberadaan sebuah ruang, namun kafe telah menjadi satu penanda momentum di mana kebudayaan baru mulai terbentuk (Palupi, 2016:134).

2. Makna *ngopi* sebagai gaya hidup

Masa remaja merupakan masa peralihan, dan masa mencari identitas diri. Dimana masa peralihan ini tahap perkembangan menuju tahap berikutnya secara berkesinambungan. Pada masa ini remaja bukan lagi

seorang anak dan juga bukan seorang dewasa. Masa ini merupakan masa yang strategis, karena memberi waktu kepada remaja untuk membentuk gaya hidup dan menentukan pola perilaku, nilai-nilai, dan sifat-sifat sesuai dengan yang diinginkannya. Hal yang membentuk gaya hidup dapat dilihat dari kegiatan maupun kebiasaan yang sering dilakukan. (Hurlock, 1994:121)

Mayoritas gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja peminum kopi menghabiskan waktunya dengan melakukan kegiatan bersama teman-temannya, yaitu mulai dari melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, bermain, dan berolah raga. Selain dari kegiatan tersebut, ada juga kegiatan menonjol lainnya yang dilakukan oleh beberapa remaja peminum kopi ini, yaitu menghabiskan waktunya dengan sendiri.

Gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja peminum kopi ini mempengaruhi perubahan perilaku dan sikap yang masih dalam masa perkembangan. Terutama dalam gaya hidup remaja peminum kopi dalam perilaku konsumtif yang mereka lakukan menimbulkan gaya hidup santai. Gaya hidup santai ini sudah menjadi bagian dari kebutuhan yang ingin mereka capai dan sudah melekat bagi remaja peminum kopi dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Dalam penelitian ini, mengkonsumsi kopi atau yang lebih dikenal dengan istilah ngopi sudah mengalami pergeseran makna. Mengkonsumsi kopi atau istilah ngopi memiliki arti sebagai kegiatan mengkonsumsi minuman kopi. Namun bagi para remaja peminum kopi mengkonsumsi

kopi atau ngopi juga dipandang sebagai cara untuk mencapai tujuan memenuhi keinginan. Pengetahuan mengenai perilaku mengkonsumsi kopi oleh remaja peminum kopi adalah secangkir kopi akan lebih nikmat bila diminum bersama-sama, dengan mengobrol, bercanda, merokok, dengan suasana dan tempat yang nyaman yang didukung fasilitas wifian, dan lokasi yang strategis. Selain itu juga sebagai tempat yang nyaman untuk menghibur diri karena permasalahan yang dialami. Perilaku mengkonsumsi kopi ini merupakan aktivitas yang dapat memenuhi keinginan dalam memperluas pergaulan, serta menampilkan pribadi ke muka publik dilihat dari segi gaya hidup dimana hal tersebut dapat mengundang perhatian banyak orang mengenai status sosial.

3. Makna *ngopi* sebagai kebutuhan

Karena seperti yang sudah kita ketahui sebelumnya bahwa Kopi mengandung senyawa Kafein yang dapat menstimulasi otak untuk mengeluarkan hormon adrenalin sehingga membuat kita terjaga. Meminum kopi hitam 1-3 gelas per hari dapat membuat kita terhindar dari berbagai macam penyakit, seperti: kanker, jantung, diabetes, MENINGKATKAN Daya ingat, menghilangkan *stress*, dan masih banyak manfaat lain yang terkandung dari segelas kopi. Namun senyawa kafein di dalam kopi ini bersifat *drug* karena dapat membuat kita ketagihan, dan ingin meminumnya kembali.

Senyawa kafein yang terkandung didalam kopi menyebabkan otak menganggap bahwa kopi merupakan kebutuhan dasar bagi tubuh. Sementara itu disisi lain, akibat rutinitas sehari-hari yang selalu mengkonsumsi kopi, menyebabkan tubuh terbiasa akan asupan kafein, sehingga tanpa sadar otak menyimpulkan bahwa kopi merupakan kebutuhan harian yang diperlukan.

4. Makna *ngopi* sebagai pelepas lelah

Stress yang terjadi akibat banyaknya tugas sekolah ataupun tugas kuliah maupun tekanan yang ditimbulkan di lingkungan kerja, tanpa sadar dapat menyebabkan rasa lelah bagi tubuh. Untuk itu, sebagian orang memilih untuk bersantai sejenak dan meninggalkan rutinitas yang dikerjakan dengan menikmati secangkir kopi.

Bersantai sembari meminum kopi menjadi pilihan dikarenakan kandungan kafein yang terdapat didalam kopi dapat membantu meredakan sakit kepala dan menurunkan tingkat *stress*. Hal ini juga yang dapat menyebabkan seseorang tampak lebih Bahagia setelah meminum kopi.

Berikut merupakan motivasi remaja penikmat kopi dalam melakukan perilaku konsumtif mengkonsumsi kopi yang ditemukan dalam penelitian ini.

- a. Ingin bertemu, mengobrol, dan berkumpul dengan teman-temannya. Remaja peminum kopi suka menghabiskan waktunya dengan berkumpul dan berbagi cerita kesesama temannya, entah itu mengobrolkan sesuatu

yang berkaitan dengan hobi, masalah pribadi, atau minta saran bersama teman-temannya bersamaan ketika mengkonsumsi kopi. Hal ini serupa dengan tujuan mayoritas remaja peminum kopi, seperti halnya yang dilakukan oleh Laras dan Ariq, Laras merasa ada yang kurang jika sehari saja tidak mengkonsumsi kopi, begitupun dengan Ariq yang merasa ada yang kurang jika tidak mengkonsumsi kopi dan bertemu serta berkumpul untuk berbicara panjang lebar dengan teman-temannya.

- b. Menghilangkan rasa jenuh, dan mengantur ketika berada dirumah, dan mencari suasana baru dengan berada ditempat ngopi. Kebanyakan dari remaja peminum kopi ini memiliki waktu luang yang bisa dikatakan berlebihan. Setelah pulang kuliah mereka tidak ada kegiatan lain, jadi waktu luang yang mereka miliki lebih digunakan untuk pergi ngopi. Dengan alasan dari pada merasa jenuh atau bosan di rumah mereka lebih baik pergi keluar mencari suasana baru dengan pergi ngopi bersama teman-teman. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Ikhsan dalam hasil penelitian ini, menurut dia lumayan bisa berkumpul dengan teman-teman dari pada dirumah tidak ada kegiatan.
- c. Sengaja untuk mencari rokok dan minuman kopi karena memang suka merokok dan minum kopi. Remaja penikat kopi lebih suka mencari rokok dan minuman kopi di warung kopi atau *cafe* karena ingin merasakan suasana ketika meminum kopi dan merokok di tempat mereka mengkonsumsi kopi. Selain itu mereka juga merasa siapa tahu ada teman mereka yang sudah ada ditempat ngopi dan bisa bertemu serta mengobrol

disana. Ini merupakan tujuan dari remaja peminum kopi Ismu Wahyudi. Ismu mengungkapkan salah satu alasan ia memilih kopleng sebagai tempat ngopi karena kopleng memiliki tempat yang nyaman bagi perokok.

- d. Sebagai tempat pelarian karena merasa tidak nyaman dengan keadaan keluarga yang dialami. Ada remaja dalam penelitian ini yang merasa tidak begitu nyaman dengan keluarganya, entah itu dengan permasalahan yang sering dihadapi atau bahkan merasa tidak nyaman dengan perhatian yang diberikan oleh keluarga terhadap mereka. Hal ini seperti yang dialami oleh Rizky yang merasa tidak begitu nyaman dengan permasalahan yang dialaminya dalam keluarga, menggunakan ngopi sebagai tujuan utama untuk menghibur diri.
- e. Mengambil dokumentasi yang berupa foto-foto yang kemudian diunggah ke media sosial. Dengan majunya teknologi informasi menjadikan media sosial tempat ajang pameran bagi remaja. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Laras. Dia melakukan kegiatan mengkonsumsi ngopi atau ngopi di sebuah warung kopi ataupun *cafe* kemudian dijadikan sebuah status atau mengunggah foto ketika sedang ngopi. Kegiatan ini dia lakukan untuk menunjukkan bahwa dia telah melakukan kegiatan ngopi di warung kopi atau *cafe* tersebut dan pada hari itu juga untuk ditunjukkan kepada teman-temannya.

Motivasi yang paling kuat pada saat tertentu akan menjadi daya dorongan yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku ke arah tercapainya tujuan. Apabila

tujuan tersebut sudah terpenuhi, maka kekuatan tujuan tersebut akan bergeser pada tujuan lain pula. Hal ini sesuai dengan asumsi yang menyatakan bahwa tindakan yang dilakukan remaja peminum kopi bukanlah tanpa tujuan, mereka memiliki tujuan yang ingin mereka capai dengan menggunakan cara-cara yang dianggap oleh mereka pantas dilakukan yaitu menggunakan kegiatan mengkonsumsi kopi untuk bertemu, mengobrol, bercanda dengan teman-temannya, sebagai pelampiasan ketika ada permasalahan, dan menikmati minuman kopi dan suasana yang ada di tempat mengkonsumsi kopi.

Mengkonsumsi pada hakikatnya merupakan kepuasan yang tidak ada habisnya. Akhir dari kegiatan konsumsi adalah ketidakpuasan. Seperti yang telah diketahui, perkembangan mode, budaya, yang selalu bertambah dan berubah akan membuat seseorang untuk semakin banyak melakukan pemenuhan kebutuhan dengan mengkonsumsi. Remaja peminum kopi melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan perkembangan yang ada di lingkungan mereka. Hal ini mengakibatkan remaja tidak akan puas dengan hanya memenuhi kebutuhannya, tapi juga memenuhi segala keinginannya.

Perilaku mengkonsumsi kopi yang dilakukan oleh remaja peminum kopi sebenarnya telah diatur melalui fasilitas-fasilitas dan nilai tambahan yang telah ditawarkan oleh para penjual kopi. Seperti yang ada dalam lokasi penelitian ini adalah kopling. Kopling yang lebih mengedepankan menu minuman kopi dan tempat, tempat yang benar-benar berada dipinggir jalan tepat di tengah kota menjadikan kopling berbeda dengan tempat ngopi lain yang ada di Pekanbaru. Suasana berbeda yang ditawarkan oleh kopling dengan kendaraan lalu lalang di

udara malam menjadi nilai tersendiri bagi sebagian orang yang mungkin merasa jenuh dengan konsep kafe pada umumnya.

Tentunya, hal-hal inilah yang ditanamkan kedalam kesadaran remaja peminum kopi. Hal ini jugalah yang akan membentuk pengetahuan dan pemberian makna mengkonsumsi kopi oleh remaja peminum kopi yang ada di Pekanbaru.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dan berdasarkan data-data yang diperoleh, maka peneliti menarik kesimpulan dari pembahasan tersebut dan menarik beberapa kesimpulan dan saran dari penelitian mengenai Konstruksi Makna Ngopi bagi Remaja di Kopi Pekanbaru Keliling (Kopling), penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Makna *ngopi* sebagai media sosialisasi

Manusia sebagai makhluk sosial hidup dengan banyak bergantung pada orang lain, untuk itu *ngopi* sebagai media sosialisasi diartikan sebagai cara untuk menambah relasi maupun memper-erat hubungan antar sesama makhluk sosial, saat ini *ngopi* juga dianggap sebagai sarana untuk menjalin silaturahmi antar sesama manusia.

2. Makna *ngopi* sebagai gaya hidup

Aktualisasi diri terasa sangat penting bagi sebagian besar remaja pada saat ini. Untuk itu, kegiatan minum kopi dan duduk berlama-lama di sebuah kedai kopi juga terasa sangat penting bagi mereka untuk menonjolkan citra diri, hingga terkadang mengabaikan nilai guna dan kemanfaatan kopi itu sendiri.

B. Saran

Harapan dari peneliti bahwasanya kedai-kedai kopi khususnya yang ada di Kota Pekanbaru dapat memberikan kesan sederhana, agar tidak ada yang namanya perbedaan antara seluruh elemen masyarakat, karena mengkonsumsi kopi pada umumnya adalah suatu kebudayaan ataupun aktivitas yang sudah ada sejak dahulu.

Begitupun dengan kebiasaan remaja ngopi di warung kopi perlu disikapi secara kritis. Sekalipun aktivitas ngopi mempunyai nilai positif, tapi disisi lain kebiasaan ngopi juga dapat berakibat negatif. Ngopi bisa membuat lupa waktu sehingga bisa berakibat fatal terhadap kesehatan. Sisi negatif lainnya apabila terlalu lama di warung kopi akan ada banyak waktu yang terbuang. Di era moderen seperti sekarang ini, ngopi menjadi semacam trend bagi kaum muda supaya dipandang gaul oleh teman-teman sebayanya. Adanya pergeseran cara pandang soal fungsi warung kopi tidak terlepas dari perkembangan zaman, saat ini trend nongkrong memang sedang digandrungi khususnya oleh kalangan remaja. meskipun masih ada remaja yang memanfaatkan tempat-tempat ngopi sebagai ruang untuk bersosialisasi dan berdiskusi.

Kebiasaan pergi ke warung kopi jangan sampai sekedar menjadi ajang untuk menghabiskan waktu luang semata tanpa ada manfaat. Jika hanya sekedar ngopi tidak usah jauh-jauh pergi ke warung kopi, kita bisa melakukannya di rumah, kos maupun kontrakan.

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian menyangkut tentang Pergeseran Budaya Ngopi

yang terjadi di Indonesia umumnya dan di Kota Pekanbaru khususnya. Serta semoga penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan yang baik dan mampu menambah wawasan kita dalam membangun cakrawala berpengetahuan antar sesama masyarakat pada umumnya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Daftar Pustaka

Buku

- A S Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press, 2005
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann. 2012. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design*. Sage: California
- DeVito, Joseph A. 1998. *Messages, Building Interpersonal Communication Skills*. Harper & Row: New York
- Devito, A.Y. 1991. *Human Communication : The Basic Course., New York, Harper Collins Publisher*
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Interpersonal Communication: Pragmatic of Human Relationship*. New York: Random House
- Kuswarno, Engkus. , 2009. *Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjajaran: Perpustakaan Pusat UII
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Margono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta:Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rodakarya
- _____, dan Solatun. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Oldenburg, R. (1989/1999) *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangout, and How They Get You Through the Day*. New York: Paragon Huse.

- Paloma, Margaret. 1994. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rumini, Sri dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial : Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Tiara Wacana
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Soehartono, Irwan. 1999. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosda
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Riyadi. 2002. *Interaksi Simbolik: Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3rd ed*. Diterjemahkan oleh Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika