



LEMBAGA ANEUK MUDA PEDULI UMAT

Jl. Mata le Lr. Permai X No. 74 Perumahan Bukit Permai, Gue Gajah Kecamatan Darul Imarah,
Kabupaten Aceh Pesar, Provinsi Aceh HP. 0811 6855 377 Kode Pos 23352

Number : 07/LoA-Sinthop/v5.i1/I/2026
Subject : *Letter of Acceptance*

To:

Alwy, Zulkhairi

Thank you for submitting your manuscript to *SINTHOP: Media Kajian Pendidikan, Agama, Sosial dan Budaya*, titled:

“Animo Pengunjung untuk Mengikuti Pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh”

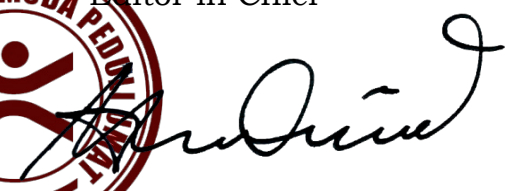
Based on the results of the peer review process, we are pleased to inform you that your article has been **ACCEPTED** for publication in *SINTHOP: Media Kajian Pendidikan, Agama, Sosial dan Budaya*, Volume 5, Number 1, January-June 2026.

We are also pleased to inform you that *SINTHOP Journal* is indexed in *DOAJ (Directory of Open Access Journals)* and accredited at *SINTA 4* based on the Decree of the Director General of Research and Development Number 10/C/C3/DT.05.00/2025, dated March 21, 2025, issued by the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology of the Republic of Indonesia. This accreditation is valid from Volume 1 Issue 1 (2022) to Volume 5 Issue 2 (2026).

We hope this letter serves your needs accordingly.



Aceh Besar, Jan 21, 2026
Editor in Chief


Dr. Muhammad, S.Th.I., MA.

ANIMO PENGUNJUNG UNTUK MENGIKUTI PENGAJIAN DI WARUNG KOPI NANGGROE BANDA ACEH

Alwy¹, Zulkhairi²

¹ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Indonesia

Email: alwiselian@icloud.com

Abstrak

warung kopi merupakan tempat berkumpulnya komunitas-komunitas baik dari kalangan anak-anak, remaja, dan orang tua warung kopi tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi tetapi juga menjadi tempat untuk berdiskusi dan mengerjakan tugas sekolah, kuliah, kantor, hingga menjadi tempat untuk mencari ilmu agama seperti warung kopi Nanggroe Banda Aceh. Selain menikmati kopi, para konsumen sekaligus bisa mendapatkan ilmu agama di pengajian yang diadakan di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap beberapa jamaah yang rutin menghadiri pengajian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara tematik untuk menemukan pola-pola makna yang muncul dari pengalaman partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengajian di warung kopi memiliki daya tarik tersendiri karena menghadirkan suasana yang santai, terbuka, dan tidak formal sehingga jamaah merasa lebih nyaman dalam menerima materi dakwah. Kredibilitas dan metode penyampaian materi yang komunikatif, interaktif, humoris, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi faktor penting yang meningkatkan minat jamaah. Tema pengajian yang aktual dan terus diperbarui turut memperkuat motivasi kehadiran jamaah. Selain itu, interaksi sosial antarjamaah, dukungan fasilitas yang memadai dan gratis, serta peran media sosial sebagai sarana publikasi dan siaran langsung, turut memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Motivasi religius untuk memperbaiki diri dan memperdalam ilmu agama juga menjadi pendorong utama partisipasi jamaah. Dengan demikian, pengajian di warung kopi terbukti sebagai model dakwah yang inovatif dan efektif dalam menjangkau masyarakat di ruang publik. Konsep ini tidak hanya memperluas akses terhadap pendidikan agama, tetapi juga memperkuat jalinan silaturahmi dan kesadaran keagamaan di tengah masyarakat.

Kata kunci: *minat jamaah, pengajian, dakwah, warung kopi, kualitatif deskriptif*

Abstract

Coffee shops have become gathering places for various communities, including children, adolescents, and adults. They function not only as spaces to enjoy coffee but also as venues for discussions and completing school, university, and office tasks. Moreover, coffee shops can serve as places to seek religious knowledge, as exemplified by Nanggroe Coffee Shop in Banda Aceh. In addition to enjoying coffee, customers can simultaneously

gain religious knowledge through Islamic study sessions (pengajian) held at Nanggroe Coffee Shop. This study aims to analyze the factors influencing community interest in participating in the religious study sessions at Nanggroe Coffee Shop in Banda Aceh. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with several participants who regularly attend the study sessions. The collected data were then analyzed thematically to identify patterns of meaning emerging from the participants' experiences. The findings reveal that religious study sessions held in a coffee shop have a unique appeal due to their relaxed, open, and informal atmosphere, which makes participants feel more comfortable receiving religious teachings. The credibility of the speakers and their communicative, interactive, humorous, and relevant delivery methods are important factors that increase participants' interest. The use of up-to-date and continuously refreshed topics further strengthens attendees' motivation. In addition, social interaction among participants, adequate and free facilities, and the role of social media as a platform for publication and live streaming significantly influence public interest. Religious motivation to improve oneself and deepen religious knowledge also serves as a primary driving force for participation. Thus, religious study sessions in coffee shops are proven to be an innovative and effective model of da'wah in reaching communities within public spaces. This concept not only broadens access to religious education but also strengthens social bonds and religious awareness within society.

Keywords: *participants, interest, religious study sessions, da'wah, coffee shop, descriptive qualitative approach*

A. Pendahuluan

Warung kopi merupakan artefak dari tradisi atau budaya berkumpul masyarakat Aceh. Budaya berkumpul di warung kopi dalam masyarakat Aceh merupakan wujud kebudayaan berbentuk aktivitas. Aktivitas ini lahir dari kebiasaan sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat Aceh khususnya di kota Banda Aceh (Koentjaraningrat, 1974). Budaya berkumpul ini sudah menjadi kebiasaan turun temurun pada masyarakat Aceh. Hal ini dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam yang begitu kuat pada kehidupan masyarakat Aceh yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga dan menjalin silaturahmi dalam kehidupan bermasyarakat. Agama Islam memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk pola pikir, sikap dan perilaku masyarakat Aceh dalam kehidupan sehari-hari (Sufi, 2004). Interaksi sosial dan berbagai kegiatan lainnya seperti kegiatan politik, bisnis dan ekonomi, diskusi-diskusi ilmiah dan sebagainya dapat terjadi di warung kopi. Hal ini menjadi salah satu penyebab banyaknya jumlah warung kopi yang hadir di Aceh khususnya di kota Banda Aceh. Banda Aceh menjadi pilihan bagi para pengembang

usaha dikarenakan fungsinya sebagai ibu kota provinsi Aceh yang pertumbuhan ekonominya lebih berkembang dibandingkan daerah lainnya di provinsi Aceh.

Kehadiran warung kopi di kota Banda Aceh menjadi sebuah wadah yang dapat memberikan tempat bagi masyarakat Aceh pada umumnya untuk menjalin komunikasi satu sama lain. Warung kopi merupakan opsi masyarakat kota Banda Aceh sebagai tempat perkumpulan, interaksi, dan memperoleh informasi. Sebagian orang mengunjungi warung kopi untuk mencari informasi (Mauriza, 1998). Pada dasarnya warung kopi di Aceh, hanya sebatas tempat perkumpulan orang-orang yang menikmati kopi. Tetapi semakin berkembangnya zaman dengan kehadiran warung kopi di kota Banda Aceh sekarang ini, selain menjadikan tempat perkumpulan penikmat kopi dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan berbagai aktivitas lain di warung kopi, baik berupa bisnis, pekerjaan, dan pembahasan perkuliahan, bahkan pengajian.

Warung kopi menjadi pusat berkumpulnya komunitas-komunitas untuk melakukan berbagai aktivitas sosial, sehingga tidak heran jika di warung kopi kita menemukan banyak pengunjung dari berbagai latar pekerjaan. Warung kopi di Aceh menjadi salah satu miniatur kehidupan sosial masyarakat Aceh, sehingga dari sini dapat dilihat bagaimana perkembangan realitas sosial masyarakat Aceh.

Perkembangan warung kopi di Aceh beriringan dengan bagaimana masyarakatnya berkembang. Sehingga membentuk tradisi yang memiliki esensi berbeda dari masa ke masa sesuai dengan perkembangan zaman dan arus globalisasi yang sedang berjalan secara menyeluruh di tengah-tengah masyarakat Aceh dewasa ini (Maulina, 2018).

Pada masa sekarang warung kopi di kota Banda Aceh semakin banyak ditemukan dikarenakan proses globalisasi yang lebih maju (Rani Permata Sari, 2014:2). Salah satunya kehadiran pengajian di warung kopi Nanggroe Banda Aceh yang menjadi daya tarik sendiri sehingga lebih banyak menarik konsumen. Disamping itu warung kopi juga menjadi tempat favorit bagi masyarakat Aceh sendiri, baik untuk mengisi waktu luang membicarakan masalah pekerjaan dan perkuliahan.

Penelitian ini muncul dari konteks kultural Aceh yang kaya akan nilai-nilai islam, dimana dakwah memiliki peran integral dalam kehidupan masyarakat. Dalam kerangka ini, warung kopi bukan hanya sebagai tempat konsumsi kopi, tetapi juga sebagai wadah

sosial yang potensial untuk menyebarkan pesan dakwah. Lebih dari sekedar bisnis lokal, warung kopi memiliki dampak ekonomi signifikan dan oleh karena itu, integrasi strategi komunikasi bisnis dengan nilai-nilai dakwah diharapkan tidak hanya meningkatkan keberlanjutan bisnis, tetapi juga menjadi medium efektif dalam penyebaran ajaran keagamaan.

Masyarakat Aceh keunikan dalam tradisi minum kopi, yang tidak ditemukan di luar Aceh. Masyarakat Aceh dengan penuh kesadaran meluangkan waktu untuk menikmati kopi bersama teman-teman atau keluarga, menciptakan suatu kebiasaan yang merefleksikan kekayaan budaya mereka. Pasca- tsunami pada 26 Desember 2004, warung kopi tumbuh subur di Aceh, khususnya di Kota Meulaboh, Aceh Barat, Aceh Jaya, Banda Aceh, Blang Pidie, dan Nagan Raya. Kejadian ini menandai bahwa usaha yang menyediakan kopi menjadi pilihan utama bagi masyarakat Aceh (Mukhsinuddin, 2023).

Warung kopi di Aceh memiliki posisi yang sangat khas dalam kehidupan sosial masyarakat. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman dan makanan, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang publik yang memfasilitasi interaksi sosial, diskusi, serta pertukaran informasi lintas kelompok usia dan profesi. Fenomena ini menjadikan warung kopi sebagai bagian integral dari budaya komunal masyarakat Aceh, yang bertahan lama dan terus beradaptasi dengan dinamika zaman. Dalam konteks ini, muncul inovasi sosial dan keagamaan berupa pelaksanaan pengajian di warung kopi, yang menarik perhatian masyarakat karena menggabungkan ruang informal dengan aktivitas religius.

Warung Kopi Nanggroe di Banda Aceh adalah salah satu contoh tempat yang mengintegrasikan fungsi rekreatif dengan kegiatan keagamaan. Pengajian yang diselenggarakan di lokasi ini menjadi fenomena menarik karena mampu menghadirkan pembelajaran agama dalam suasana yang lebih santai, terbuka, dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan. Penggabungan antara ruang sosial publik dan kegiatan keagamaan tersebut menimbulkan dinamika sosial tersendiri, termasuk bagaimana pengunjung menilai, merespons, dan menunjukkan minat untuk mengikuti pengajian tersebut. Dalam konteks inilah kajian mengenai *animo* pengunjung menjadi penting.

Animo pengunjung dapat dipahami sebagai tingkat minat, antusiasme, atau motivasi seseorang untuk terlibat dalam suatu kegiatan, Fakto-faktor yang memengaruhi

animo tersebut dapat mencakup aspek internal, seperti kebutuhan spiritual, rasa ingin tahu, dan kesadaran beragama, maupun aspek eksternal seperti lingkungan sosial, kenyamanan tempat, serta kualitas penyampaian materi pengajian. Dengan demikian, pemahaman komprehensif mengenai animo pengunjung akan membantu menggambarkan bagaimana fenomena pengajian di ruang publik nonformal dapat diterima dan berkembang dalam masyarakat urban seperti Banda Aceh.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi signifikan untuk dilakukan, mengingat pentingnya memahami dinamika religiusitas masyarakat serta bagaimana ruang-ruang sosial seperti warung kopi dapat berfungsi sebagai wadah edukasi keagamaan. Penelitian ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan mengenai sejauh mana animo pengunjung dalam mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh, faktor apa saja yang memengaruhinya, dan bagaimana implikasinya terhadap perkembangan praktik dakwah di lingkungan masyarakat kota Banda Aceh.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memaparkan fakta dan fenomena yang ada dalam lokasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi langsung untuk mengamati perilaku dan aktivitas pada warung kopi Aceh. Selain itu juga dilakukan wawancara berhadapan dengan pengelola warung kopi dan wawancara dengan pengunjung warung kopi.

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Kopi Nanggroe, yang berlokasi di Banda Aceh. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fenomena unik adanya kegiatan pengajian yang dilakukan di ruang publik nonformal seperti warung kopi, yang menarik minat banyak pengunjung.

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini yaitu: pengunjung yang mengikuti kegiatan pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh, sumber data yang diambil peneliti dalam penelitian ini bersumber dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden untuk pertama kalinya dan bersifat orisinil (Kothari, 2004). Data primer diperoleh langsung dari hasil observasi di warung kopi, wawancara dengan pengunjung warung kopi, serta dokumentasi kegiatan pengajian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian

ini meliputi teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung, observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai kondisi dari objek yang diteliti, peneliti melihat dan mengamati pengunjung warung kopi. Sementara wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi langsung dari pengunjung di warung kopi tersebut serta untuk menggali lebih dalam tentang apa saja yang membuat mereka tertarik untuk mengikuti kegiatan pengajian di warung kopi tersebut, dan dokumentasi dilakukan untuk membantu menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. (Alfatih, 2019)

Data adalah kumpulan informasi yang digunakan untuk menjelaskan atau memahami sesuatu. (Iqbal, 2004). Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya oleh peneliti atau individu yang melakukan penelitian. Data ini belum mengalami pengolahan atau interpretasi oleh pihak sebelumnya (Umar, 2005). Data-data yang diambil peneliti dalam penelitian ini bersumber dari hasil observasi atau hasil pengamatan pengunjung yang menjadi objek penelitian yaitu pengunjung yang mengikuti pengajian di warung kopi, serta hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengunjung warung kopi.

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan atau mengamati sebuah gambar yang objeknya sejauh mana hasil dari pengamatan yang dilakukan, hasil yang diperoleh pun hanya sebatas hasil pengamatannya saja (Arikunto, 1996). Observasi juga merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat (Safitri, 2017). Metode wawancara adalah teknik efektif untuk mengumpulkan data melalui tanya jawab secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. (Hadi, 1991). Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi mencakup buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar dalam bentuk laporan serta keterangan yang mendukung penelitian. (Sugiono, 2015). Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles and Huberman, yaitu dimulai dari analisis data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan (Miles and Huberman, 1992).

Dengan demikian penulis menyiapkan instrumen untuk keperluan pengumpulan data berupa panduan wawancara, observasi dan dokumentasi data yang relevan dengan aspek masalah yang di kaji. Kemudian instrumen pengumpulan data ini di gunakan

kedalam penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

1) Latar Belakang Sejarah Pengajian Warung Kopi Nanggroe

Warung Kopi Nanggroe didirikan pada 4 Desember 2019. Sekitar sembilan bulan kemudian, tepatnya pada 4 September 2020, kegiatan pengajian mulai diselenggarakan di warung kopi tersebut. Dalam rentang waktu sembilan bulan itu, pendiri Warung Kopi Nanggroe merasa bahwa aktivitas pengunjung yang hanya duduk menikmati kopi kurang memberikan nilai manfaat bagi kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, muncul inisiatif untuk menghadirkan pengajian di warung kopi, mengingat tradisi duduk di warung kopi telah menjadi budaya masyarakat Aceh.

Pada awalnya, pengajian hanya dilaksanakan sekali dalam seminggu, yaitu setiap hari Jumat setelah salat Jumat. Pemateri yang diundang sebelumnya hanya mengisi kajian pada kegiatan arisan keluarga besar pendiri warung kopi. Pada awalnya, pemateri menolak karena telah memiliki jadwal pengajian di tempat lain. Namun ketika pandemi Covid-19 terjadi dan banyak jadwal pengajian ditiadakan, pemateri akhirnya bersedia mengisi kajian di Warung Kopi Nanggroe dengan syarat penyelenggara dapat menghadirkan sekitar tiga puluh jamaah agar penyampaian materi lebih efektif.

Pendiri warung kopi kemudian mengajak para pelanggan untuk mengikuti pengajian tersebut. Pada pelaksanaan perdana, jumlah jamaah yang hadir mencapai sekitar 150 orang. Pada pertemuan berikutnya, jumlah jamaah terus meningkat karena para pengunjung merasa nyaman dengan cara penyampaian materi oleh pemateri.

Setelah beberapa bulan berjalan secara rutin, pihak penyelenggara menambah jadwal pengajian yang semula hanya sekali dalam seminggu menjadi dua kali, yaitu pada malam Selasa dan hari Jumat. Seiring berjalannya waktu, ditambahkan pula jadwal khusus untuk jamaah laki-laki, seperti pengajian kitab Ihya' 'Ulumuddin setiap malam Rabu, Kamis, Jumat, dan Sabtu setelah salat Magrib hingga Isya; tahsin Al-Qur'an setiap hari Jumat pukul 10.00 WIB; serta praktik gerakan salat pada malam Minggu setelah salat Magrib hingga Isya. Sementara itu, untuk jamaah perempuan diadakan pengajian kitab Yawaqit wal Jawahir setiap hari Senin setelah salat Asar dan tahsin Al-Qur'an setiap hari Rabu setelah salat Asar.

Seiring berkembangnya kegiatan, jumlah pemateri juga bertambah menjadi sepuluh orang, yaitu: Abaty Muzakir, S.H.I.; Tengku Ismail Asel; Abiya Mereudu; Maula Muhammad Umar; Abi Daud Hasbi; Abi Ismail M. Husein; Waled Cot Trueng; Abi Wahid Lhoknga; Abi Tu Bulqaini Tanjongan; dan Abiya Jeunieb. Saat ini, jadwal pengajian dalam satu minggu telah berkembang menjadi belasan sesi, meliputi pengajian khusus jamaah pria setiap malam Rabu, Kamis, Jumat, dan Sabtu, serta hari Jumat pukul 10.00 WIB; pengajian khusus jamaah wanita setiap hari Senin dan Rabu; serta pengajian umum untuk jamaah pria dan wanita pada malam Selasa dan hari Jumat. Seluruh kegiatan pengajian tersebut masih berlangsung secara rutin hingga sekarang.

2) Faktor-faktor Minat Jamaah

Berdasarkan wawancara mendalam dengan sejumlah informan (TA, M, I, SR, dan P), diperoleh beberapa faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat untuk mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) suasana pengajian yang santai dan nyaman, (2) kualitas pemateri, (3) relevansi tema dan materi pengajian, (4) interaksi sosial jamaah, (5) dukungan media sosial, (6) fasilitas warung kopi yang memadai dan gratis, serta (7) dorongan spiritual dan keagamaan.

1. Suasana Pengajian yang Santai dan Nyaman

Berdasarkan hasil wawancara dengan TA yang mengungkapkan bahwa “Suasana pengajian yang santai dan tidak terlalu formal membuat materi lebih mudah diterima oleh para pengunjung.”

Pengajian di warung kopi Nanggroe memiliki suasana yang lebih rileks dibandingkan pengajian pada umumnya. Kondisi ini membuat jamaah merasa tidak tertekan dan lebih mudah menerima materi. Lingkungan warung kopi yang terbuka, santai, serta dilaksanakan pada waktu yang tepat seperti setelah salat Jumat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa setting non-formal dapat menjadi alternatif efektif dalam kegiatan dakwah.

2. Kualitas dan Karakter Pemateri

Berdasarkan hasil wawancara dengan M yang mengungkapkan bahwa “Pemateri menyampaikan materi secara interaktif dan disertai humor sehingga jamaah tidak merasa bosan.”

Para informan menilai bahwa sosok Maula Maulana atau sering disebut dengan *Teungku Jiem* sebagai pemateri memiliki pengaruh besar terhadap tingginya minat jamaah. Penyampaian materi yang komunikatif, interaktif, diselingi humor, serta tegas dalam menjelaskan benar dan salah dinilai membuat jamaah tidak bosan ada pun materi yang disampaikan Maula Maulana atau *Teungku Jiem* yaitu peringatan tsunami Aceh 26 Desember 2026 Selain itu, kapasitas keilmuan dan keteladanan pribadi pemateri juga meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap isi dakwah yang disampaikan.

Berikut merupakan biografi Maula Muhammad Umar yang menjadi penceramah di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh:

Abi Muhammad Umar bin Zainal atau sering disebut dengan *Teungku Jiem* lahir di Aceh Utara. Abi Muhammad Umar beraqidah *Ahlusunnah Wal Jamaah Al-asy'ariah*, bermazhab *Syafi'i* dalam bidang ibadah (*fiqh*) dan bertarikat *Naqsyabandiyah*. Abi memulai pendidikan mondok pada tahun 1994 di Dayah Darul Muttaqin, Lhokseumawe (1994-1997), di bawah asuhan Abu Ibrahim bin Zainal Abidin yang terhubung sanad keilmuan dengan Abuya Muda Wali. Kemudian pada tahun 1997, Abi melanjutkan pendidikan mondok di Pesantren Raudhatul Ma'arif Cot Treung, Aceh Utara (1997-2002), yang diasuh oleh *Teungku* Muhammad Amin bin Daud atau sering di sebut Ayah Amin Cot Treung. Pada tahun 2003, Abi mendirikan sebuah dayah salafiyah yang bernama Dayah Liqaurrahmah di Desa Lieue, Darussalam, Aceh Besar, atas arahan dari guru beliau, Ayah Amin Cot Treung. Pada tanggal 20 Maret 2008 atau bertepatan dengan 12 Rabiul Awwal 1432 H, Dayah Liqaurrahmah diresmikan menjadi Lembaga Pendidikan Islam yang memiliki badan hukum dan Abi diamanahkan menjadi pimpinan Lembaga Pendidikan Islam Dayah Liqaurrahmah tersebut sampai saat ini. Pada tahun 2004, di sela-sela mengajar, Abi juga mengikuti pengajian rutin bersama Abu Ulee Titi di Dayah Ulee Titi, Aceh Besar. Pada tahun 2013, Abi diberi amanah untuk menjadi ketua UKBA Indonesia. Mursyid beliau adalah seorang waliyullah asal Menzil, Adiyaman, Turki, yang bernama Ghaus as-Sani Sayyid Abdul Baqi al-Husaini *Qaddasallahu Sirrahu wa 'Aliyah*.

3. Relevansi Tema dan Materi Pengajian

Berdasarkan hasil wawancara dengan M yang mengungkapkan bahwa “Tema yang dibawakan selalu relevan dengan kondisi masyarakat Aceh yang memiliki religiutas

tinggi, misalnya tema peringatan tsunami yang sangat bermakna.”

Tema pengajian yang rutin diperbarui setiap minggu serta dikaitkan dengan isu-isu aktual seperti peristiwa peringatan tsunami pada tanggal 26 Desember 2026 yang dikaitkan dengan peristiwa bencana alam yang sedang melanda wilayah Aceh menjadi faktor penting dalam menarik perhatian jamaah. Materi tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga kontekstual dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari, sehingga jamaah merasa memperoleh manfaat langsung.

4. Interaksi Sosial Antarjamaah

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak I yang mengungkapkan bahwa “Interaksi sosial antarjamaah berjalan baik sehingga dapat memperluas tali silaturahmi.”

Interaksi yang terjalin antarjamaah juga menjadi pendorong kuat minat masyarakat untuk mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh seperti diskusi materi, tanya jawab, serta kesempatan untuk saling mengenal satu sama lain dinilai memperkuat rasa kebersamaan. Aktivitas ini tidak hanya memperluas pengetahuan agama, tetapi juga memperkuat ikatan sosial (ukhuwah islamiyah).

5. Peran Media Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dengan TA yang mengungkapkan bahwa “Peran media sosial sangat membantu penyebaran dakwah karena maula maulana atau Teungku Jiem aktif melakukan siaran langsung melalui TikTok, Instagram, YouTube, dan Facebook. Dengan demikian, jamaah dapat mengikuti pengajian secara online.”

Media sosial seperti TikTok TVNanggroe, Instagram TVNanggroe, YouTube TVNanggroe, Facebook TVNanggroe, dan WhatsApp berperan signifikan dalam menyebarkan informasi jadwal dan tema pengajian. Live streaming juga memungkinkan masyarakat mengikuti pengajian secara online baik dalam media sosial Tiktok, Instagram, YouTube, dan facebook. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah mampu memperluas jangkauan audiens sekaligus meningkatkan partisipasi jamaah.

6. Fasilitas yang Memadai dan Gratis

Berdasarkan hasil wawancara dengan M yang mengungkapkan bahwa “Fasilitas gratis seperti minuman hangat dan bubur kacang hijau turut menjadi daya tarik minat jamaah untuk mengikuti pengajian.”

Warung Kopi Nanggroe menyediakan berbagai fasilitas gratis bagi jamaah yang mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe seperti kursi tempat duduk, meja, wifi, mushalla, kopi, bubur, area parkir luas tanpa biaya parkir, serta suasana yang bersih dan nyaman. Fasilitas ini memberikan kenyamanan bagi jamaah sehingga mereka betah mengikuti pengajian. Faktor ini memperkuat temuan bahwa lingkungan fisik yang mendukung turut menentukan keberhasilan kegiatan keagamaan.

7. Motivasi Spiritual dan Kesadaran Keagamaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu P yang mengungkapkan bahwa "Faktor utama saya tertarik untuk mengikuti pengajian ini adalah keinginan untuk memperbanyak ibadah dan mempersiapkan bekal akhirat."

Beberapa informan menyatakan bahwa keikutsertaan mereka didorong oleh keinginan untuk memperbaiki diri, memperbanyak ibadah, mencari hidayah, serta mempersiapkan bekal akhirat. Pengajian di warung kopi dipandang sebagai sarana tazkiyatun nafs (penyucian diri) yang tetap mudah diakses.

Berikut Hasil Observasi Suasana dan Aktivitas Jamaah Pengajian di Warung Kopi Nanggroe

Tabel 1

NO	Indikator observasi	Deskripsi	Hasil observasi
1	Jumlah pengunjung yang hadir	Banyaknya peserta yang mengikuti pengajian	Sedikit Sedang Ramai ✓
2	Keterlibatan pengunjung	Pengunjung yang memperhatikan, mencatat, bertanya, atau hanya mendengar	Tinggi ✓ Sedang Rendah
3	Ketertarikan terhadap materi	Respon pengunjung terhadap tema	Antusias ✓ Cukup

		pengajian	Kurang
4	Daya tarik pemateri	Cara penyampaian, kedekatan dengan jamaah, bahasa yang digunakan	Menarik ✓ Biasa Kurang
5	Suasana lingkungan	Kenyamanan tempat, kebisingan, pencahayaan, dan fasilitas	Mendukung ✓ Cukup Tidak mendukung
6	Promosi kegiatan	Adanya poster, pengumuman, atau informasi di media sosial	Ada ✓ Tidak ada
7	Interaksi antar pengunjung	Diskusi sebelum/sesudah pengajian,	Tinggi ✓ Sedang rendah
8	Durasi pengajian	Lamanya pengajian berlangsung dan respons jamaah terhadap durasi	Satu jam setengah
9	Pengulangan kehadiran	Pengunjung yang hadir berulang atau hanya sekali	Banyak ✓ sedikit
10	Motivasi terlihat secara langsung	Antusiasme, datang lebih awal, bertahan hingga akhir	Tinggi ✓ Sedang Rendah

B. Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsep pengajian di warung kopi merupakan inovasi dakwah yang mampu mengintegrasikan ruang publik modern dengan aktivitas keagamaan. Suasana non-formal terbukti tidak mengurangi esensi dakwah, bahkan justru meningkatkan partisipasi jamaah.

Pertama, dari perspektif teori komunikasi dakwah, pendekatan yang santai dan interaktif memudahkan proses penyampaian pesan. Penyampaian yang disertai humor dan dialog memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, sehingga jamaah lebih aktif dan terlibat sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini sesuai dengan konsep komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Effendy (2003). Effendy menegaskan bahwa komunikasi akan berjalan efektif apabila pesan disampaikan melalui suasana yang kondusif dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Penggunaan humor dan dialog dalam pengajian di Warung Kopi Nanggroe memperkuat proses encoding dan decoding pesan dakwah sehingga jamaah lebih aktif dan terlibat.

Kedua, keberadaan pemateri yang kredibel dan berpengaruh memperkuat trust (kepercayaan jamaah). Kredibilitas ini menjadi modal sosial yang penting dalam keberhasilan kegiatan keagamaan temuan mengenai pentingnya kredibilitas pemateri juga memiliki keterkaitan dengan penelitian dan teori dakwah klasik. Munir dan Ilaihi (2006) menjelaskan bahwa kredibilitas dai yang mencakup keilmuan, akhlak, dan keteladanan merupakan faktor utama keberhasilan dakwah. Hal ini sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa kepercayaan jamaah terhadap pemateri menjadi modal sosial yang mendorong keberlanjutan dan meningkatnya partisipasi jamaah.

Ketiga, relevansi tema dengan realitas sosial menunjukkan bahwa dakwah yang kontekstual lebih mudah diterima. Jamaah merasa bahwa ajaran agama tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari, melainkan hadir sebagai panduan hidup yang aktual. Aziz (2004) menekankan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu menjawab persoalan aktual umat. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa tema-tema pengajian yang dikaitkan dengan peristiwa sosial dan keagamaan terkini membuat jamaah merasa bahwa ajaran islam hadir sebagai pedoman hidup yang aplikatif dan aktual.

Keempat, interaksi sosial antar jamaah membentuk komunitas religius baru di ruang publik juga sejalan dengan pandangan Putnam (2000) tentang modal sosial (social capital), dimana aktivitas bersama yang berkelanjutan dapat memperkuat kepercayaan

dan jaringan sosial. Dalam konteks ini, warung kopi tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang bersantai, tetapi juga sebagai ruang pembentukan ukhuwah islamiyah dan pembelajaran agama warung kopi yang biasanya hanya menjadi tempat bersantai, berubah fungsi menjadi ruang pembelajaran agama dan silaturahmi.

Kelima, pemanfaatan media sosial menandai pergeseran dakwah dari ruang fisik ke ruang digital. Hal ini sejalan dengan perkembangan dakwah kontemporer yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan audiens temuan terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah juga selaras dengan kajian Nasrullah (2015) yang menyatakan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru bagi praktik komunikasi keagamaan. Media digital memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas ruang dan waktu. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa integrasi dakwah offline dan online mampu meningkatkan partisipasi jamaah secara signifikan.

Keenam, ketersediaan fasilitas gratis memberikan akses yang lebih inklusif bagi masyarakat dari berbagai kalangan sejalan dengan konsep pelayanan dakwah yang dikemukakan oleh Munir (2009), bahwa aspek kenyamanan dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat dan keberlanjutan partisipasi mad'u. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor material dan spiritual saling melengkapi dalam kegiatan dakwah kontemporer hal ini menunjukkan bahwa faktor kenyamanan material juga memiliki kontribusi terhadap minat beragama.

Secara keseluruhan, kegiatan pengajian di Warung Kopi Nanggroe berhasil menggabungkan nilai religius, sosial, kultural, dan teknologi dalam satu aktivitas dakwah yang kreatif. Model ini berpotensi direplikasi di lokasi lain dengan tetap memperhatikan kondisi sosial budaya masyarakat setempat.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguatkan temuan-temuan terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi empiris baru tentang praktik dakwah di ruang publik modern, khususnya warung kopi. Model dakwah ini menunjukkan bahwa integrasi nilai religius, sosial, budaya, dan teknologi dapat menciptakan bentuk dakwah yang inklusif, kontekstual, dan relevan dengan kehidupan masyarakat saat ini.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat masyarakat dalam mengikuti

pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh, dapat disimpulkan bahwa pengajian yang dilaksanakan di ruang publik non-formal seperti warung kopi terbukti mampu menarik perhatian dan partisipasi jamaah dalam mengikuti pengajian di Warung Kopi Nanggroe Banda Aceh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengajian di warung kopi merupakan bentuk dakwah yang inovatif, adaptif, dan efektif, terutama dalam menjangkau masyarakat yang terbiasa berkumpul di ruang-ruang publik. Warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat bersantai, tetapi juga sebagai sarana pembinaan spiritual dan penguatan nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih, A. (2019). *Buku pedoman mudah melaksanakan penelitian kualitatif* (hlm. 48–61).
- Arikunto, S. (1996). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hadi, S. (1991). *Metode research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Iqbal, H. (2004). *Analisis data penelitian dengan statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Koentjaraningrat. (1974). *Kebudayaan, mentalitet dan pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Delhi: New Age International Publisher.
- Maulina, P. (2018). Warung kopi, masyarakat virtual, dan hiperealitas (ketika warung kopi mengaburkan batasan realita). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 26–37. <https://doi.org/10.35308/source.v4i1.736>
- Mauriza, Sazali. (1998). *Warung kopi dalam kehidupan sosial masyarakat Aceh* (Skripsi). Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (1992). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UIP.

- Mukhsinuddin, M., Rohana, S., & Hamsa, A. (2023). Strategi komunikasi bisnis warung kopi sebagai metode dakwah di Aceh. *Bidayah: Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 14(2), 189–211.
<https://doi.org/10.47498/bidayah.v14i2.2256>
- Munir, M. (2009). *Metode dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rani Permata Sari. (2014). *Perempuan dan warung kopi (analisis terhadap perilaku perempuan dan persepsi masyarakat Kota Banda Aceh)* (Skripsi). Fakultas Hukum, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Safitri, H. (2017). *Strategi pengembangan soft skill dalam pembelajaran pendidikan*. Pekalongan Timur.
- Sufi, R., & Wibowo, A. B. (2004). *Budaya masyarakat Aceh*. Banda Aceh: Badan Perpustakaan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam.
- Sugiono. (2015). *Metode penelitian kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.