

**WARUNG KOPI: TIPOLOGI INTERAKSI SOSIAL PELANGGAN DAN  
MASYARAKAT URBAN KOTA BANDA ACEH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**IQBAL FAZLIAN**

**NIM. 361303469**

**Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat  
Prodi Sosiologi Agama**



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM, BANDA ACEH  
2017 M/ 2018 M**

**WARUNG KOPI: TIPOLOGI INTERAKSI SOSIAL PELANGGAN DAN  
MASYARAKAT URBAN KOTA BANDA ACEH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin UIN Ar-Raniry  
Darussalam-Banda Aceh Sebagai Salah Satu  
Beban Studi Program Sarjana (S-1)

Diajukan oleh:

**IQBAL FAZLIAN**  
NIM. 361303469  
Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat  
Prodi Sosiologi Agama

Disetujui Oleh:

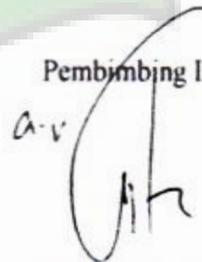
Pembimbing I



Dr. Fuad Ramly, M.Hum

NIP. 196903151996031001

Pembimbing II



Fahmi Yunus, SE

NIP. 197608252014031001

## SKRIPSI

Telah Dinilai Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Filsafat  
UIN Ar-Raniry, Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir  
Penyelesaian Program Studi Sarjana (S-1) Sosiologi Agama

Pada Hari/Tanggal  
Kamis, 02 Agustus 2018 M  
20 Dzulkaidah 1439 H  
Di Darussalam-Banda Aceh

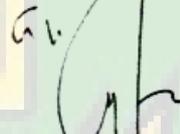
### PANTIA UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua



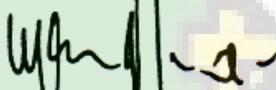
Dr. Fuad Ramly, M. Hum  
NIP. 196903151996031001

Sekretaris



Fahmi Yunus, SE  
NIP. 197608252014031001

Penguji I



Prof. Dr. H. Syamsul Rijal, M. Ag  
NIP. 196309301991031002

Penguji II



Fatimahyram SE, M. Si  
NIP. 0113127201

Mengetahui  
Dean Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry  
Darussalam-Banda Aceh



Drs. Fuadi, M. Hum  
NIP. 19650204199503 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya

Nama : Iqbal Fazlian  
NIM : 361303469  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Prodi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Banda Aceh, 2 Januari 2018  
Yang menyatakan,



  
Iqbal Fazlian

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “*Warung Kopi: Tipologi Interaksi Sosial Pelanggan Dan Masyarakat Urban Kota Banda Aceh*”. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Abd. Wahid, S.Ag., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
2. Bapak Sehat Ihsan Sadiqin, S.Pd.I, M.Ag, Selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama, UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Fuad Ramly, M. Hum, sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

4. Fahmi Yunus, SE, MS, sebagai pembimbing II yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat, UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayahanda tercinta Masdi dan Ibunda tercinta (Alm Erli Warni) yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. (Alotku) Leli Suryani, Nurisma, (Bunda) Lernawati, (Pak'nda) Muksis Alatas, (Andeh) Linda, (Nenek) Nursal, Raimah, Abang dan Kakak YudianSyah, Faizil Adam, Ida Rahma, Faizil Adam, Irsal, Murni Amin, Mishar dan adik-adikku tersayang Rahmad Haibi, Rahmad Araf, Ulvi Ermasari, Ulva Elma Fitri, Fajri, Alif, Altaf, yang terus memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya.
7. Terima kasih juga buat sahabat-sahabat seperjuangan saya yang paling *the best* Maimul, Yusri, Delta, Amelia, Adermi, Hendra, Nazalul, Putra, Wandu, Eko, Rama, Wanhar, Alan, Baihaqi, Marefa, Oji, bang Anto, dan seluruh angkatan 2013.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis

miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, 5 Agustus 2018  
Penulis,

Iqbal Fazlian



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Tipologi Warung Kopi Sebagai Tempat Interaksi antara Pelanggan dengan Masyarakat Urban”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban dan untuk mengetahui pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban dilihat dari tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari wawancara, dokumentasi, observasi dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: Tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh terdiri dari warung kopi tradisional dan modern. Adanya perbedaan ini telah berpengaruh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban yang mengunjungi masing-masing warkop tersebut. Pengaruh ini terlihat dari tujuan kedatangan pelanggan, materi yang didiskusikan dalam berinteraksi serta bentuk pola interaksinya. Jika interaksi di warung kopi tradisional cenderung antar individu sedangkan para warung kopi modern cenderung adanya interaksi antar individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok dan bahkan juga interaksi antar individu. Pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban yang terjadi di warung kopi di Kota Banda Aceh memperlihatkan pola interaksi yang bersifat asosiatif di berbagai warung kopi yang dijadikan lokasi penelitian terlihat dalam bentuk kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Selain itu pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban di warung kopi yang terdapat di Kota Banda Aceh juga cenderung bersifat disosiatif bentuk persaingan atau kompetisi. Berbagai pola interaksi ini dilakukan oleh berbagai kelompok yang berkunjung ke warung kopi tersebut seperti kelompok politikus, pembisnis, pengusaha, kaum pelajar dan lain sebagainya.

**Kata Kunci:** warung kopi, interaksi, pelanggan, masyarakat urban.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Definisi Operasional .....	5
F. Kajian Pustaka .....	7
G. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Hakikat Warung Kopi .....	13
B. Interaksi Sosial .....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	28
D. Sumber Data .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisa Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
B. Keberadaan Warung Kopi di Kota Banda Aceh .....	38
C. Pengaruh Tipologi Warung Kopi Terhadap Interaksi Sosial Antara Pelanggan dengan Masyarakat Urban di Kota Banda Aceh ..	40
D. Pola Interaksi Masyarakat Pelanggan dengan Masyarakat Urbah Pada Warung Kopi di Kota Banda Aceh .....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
A. Kesimpulan .....	50
B. Saran-Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan kopi dalam kehidupan masyarakat sejak dulu hingga saat ini tidak bisa dilepaskan, minuman kopi ini sudah menjadi konsumsi bagi sebagian masyarakat terutama masyarakat Indonesia yang sebagian wilayahnya merupakan penghasil komoditi kopi. Pernyataan di atas sebagaimana hasil kajian Erwiza disebutkan bahwa “Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar di dunia setelah Brazil dan Vietnam, bahkan di tahun 2012 Indonesia mampu memproduksi 748 ribu ton atau 6,6% dari produksi kopi dunia dengan persentase jenis kopi terdiri dari kopi robusta 601 ribu ton atau 80,4% dan jenis kopi arabika sebesar 147 ribu ton atau 19,6%. Besarnya jumlah produksi kopi Indonesia telah memberikan sumbangsih bagi masyarakat di negara lain seperti Amerika, Jepang, Norwegia, dan Filandia.<sup>1</sup>

Masyarakat Indonesia umumnya, khususnya masyarakat Aceh telah mengenal kopi sejak zaman kolonial Belanda yang ditandai dengan dibukanya perkebunan kopi di dataran tinggi Gayo. Awalnya masyarakat mengkonsumsi minuman kopi di saat waktu senggang di rumah mereka masing-masing, namun dalam perkembangannya tradisi minum kopi tidak lagi hanya dilakukan di rumah melainkan telah menyebar di berbagai pelosok dari desa hingga di perkotaan. Perkembangan tradisi minum kopi di pusat perkotaan ini di tandai dengan berdirinya berbagai warung kopi atau juga dikenal dengan kedai kopi.

Warung kopi adalah suatu tempat seseorang atau sekelompok orang yang menikmati minuman berupa kopi.<sup>2</sup> Selain itu warung kopi juga tempat yang menyediakan kopi beserta produk turunannya sebagai minuman utama dan

---

<sup>1</sup> Erwiza Erman, *Dinamika Komunitas Warung Kopi dan Politik Resistensi Di Pulau Belitung*, (Vol. 40. No 1, 2014), h. 90

<sup>2</sup> Ardietya, *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*, Jurnal Sosiologi Delima Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), h. 11

berbagai jenis minuman lainnya, seperti teh dan coklat.<sup>3</sup> Keberadaan warung kopi di kalangan masyarakat telah mampu menarik minat yang besar bahkan menjadi salah satu pilihan favorit yang digemari oleh semua kalangan dan telah menjadi kebutuhan dan kebiasaan.<sup>4</sup>

Di Aceh, khususnya Kota Banda Aceh keberadaan warung kopi terus mengalami perkembangan yang signifikan baik yang bercorak modern dengan ditandai pemanfaatan berbagai unsur teknologi salah satunya ialah wi-fi. Selain warung kopi modern, pertumbuhan warung kopi yang bersifat tradisional juga terus terlihat eksistensinya. Menurut Fidagta “keberadaan warung kopi modern ini dipengaruhi oleh ekspansi warung kopi internasional, namun keberadaan warung kopi tradisional atau setengah modern tidak mengalami kemunduran bahkan jumlahnya semakin meningkat”.<sup>5</sup>

Perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh ini telah mempengaruhi kehidupan masyarakat terutama dalam dunia pekerjaan. Artinya warung kopi sudah dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, wawancara, minum bersama untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat.<sup>6</sup>

Dijadikannya warung kopi sebagai tempat berkumpul oleh masyarakat di Kota Banda Aceh tidak bisa dilepaskan dari berbagai fasilitas yang disediakan oleh setiap warung kopi seperti wi-fi, televisi dan lain-lainnya. Warung kopi tersebut tidak hanya didatangi oleh masyarakat pelanggan, melainkan juga dari berbagai lapisan masyarakat termasuk masyarakat yang datang dari pedesaan ke perkotaan. Berkumpulnya berbagai lapisan masyarakat ini telah menyebabkan terjadi interaksi sosial di kalangan mereka.

---

<sup>3</sup> Nurazizi, *Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen Simulacrum Jean P Baudrillard di Excello Malang*. Skripsi, (Malang: Universitas Brwijaya, 2013), h. 24.

<sup>4</sup> Fidagta Khoironi, “*Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi : Analisis Profil Komunitas Warung Kopi Blandongan di Yogyakarta*,” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2009), hal. 1

<sup>5</sup> Fidagta Khoironi, *Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi*,...h. 1.

<sup>6</sup> Erik, *Maraknya Warung Kopi Berfasilitas Wifi di Jombang*, Artikel. Diakses tanggal 21 Juli 2018

Interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, di mana individu yang satu dapat memengaruhi individu lainnya sehingga terjadi hubungan yang saling timbal balik.<sup>7</sup> Hadirnya warung kopi sebagai tempat untuk berinteraksi sosial merupakan salah satu fenomena yang muncul di Kota Banda Aceh yang menarik untuk diteliti.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis menganggap penting diadakannya suatu penelitian terhadap berbagai tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh ini, untuk mengetahui bahwa perbedaan tipologi ini juga mempengaruhi jalannya interaksi sosial di kalangan pengunjungnya terutama dari kalangan masyarakat urban dengan para pelanggan. Oleh karena itu kajian ini mengangkat judul *“Tipologi Warung Kopi Sebagai Tempat Interaksi antara Pelanggan dengan Masyarakat Urban”*.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dari tipologi warung kopi di kota Banda Aceh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban?
2. Bagaimana pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban dilihat dari tipologi warung kopi di kota Banda Aceh ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban.
2. Untuk mengetahui pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban dilihat dari tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh.

---

<sup>7</sup> Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 65.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Kemudian manfaat dari penelitian tentang tipologi warung kopi sebagai tempat berkomunikasi dan berinteraksi antara pelanggan dengan masyarakat urban di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Penulis dapat mencari tau secara mendalam mengenai permasalahan tentang warung kopi sebagai tempat berinteraksi antara pelanggan dengan masyarakat urban.
2. Dari tulisan ini yang menjelaskan secara umum mengenai warung kopi dapat berkontribusi kepada prodi dalam meningkatkan nilai-nilai yang bermutu untuk prodi sendiri.
3. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-raniry Banda Aceh.

#### **E. Definisi Operasional**

Agar menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami isi karya ilmiah ini, maka dijelaskan terlebih dahulu istilah-istilah dasar yang terdapat dalam karya ilmiah ini.

##### **1. Warung Kopi**

Secara umum warung kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Warung kopi adalah bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Warung kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan produsen dalam melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi (juga makanan) selain didukung dan dibentuk oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan warung kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat.<sup>8</sup> Warung kopi juga dimaknai sebagai tempat yang menyediakan kopi beserta

---

<sup>8</sup> Badan Pengembangan Dan Pembina, *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Kementrian Dan Pendidikan Budaya, 2016), h. 43.

produk turunannya sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman lainnya seperti teh dan coklat, selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai kudapan pendamping minum kopi.<sup>9</sup>

Dari semua penjelasan di atas maka warung kopi adalah warung yang sering dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Warung kopi pada umumnya dapat diartikan sebagai tempat menikmati kopi dan beberapa jenis minuman lainnya.

## **2. Interaksi sosial**

Interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan-hubungan sosial yang dinamis. Interaksi sosial (yang juga dapat dinamakan proses sosial) karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadi aktivitas-aktivitas sosial. Bentuk lain proses sosial hanya merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia.<sup>10</sup> Menurut Soekanto mengemukakan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, yang meliputi hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara perorangan dengan kelompok manusia.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku yang berlangsung antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

## **3. Pelanggan**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pelanggan adalah membeli atau menggunakan barang secara tetap.<sup>12</sup> Pelanggan merupakan seseorang yang secara berulang-ulang datang ke tempat yang sama ketika menginginkan untuk membeli suatu barang atau memperoleh jasa karena merasa puas dengan barang

---

<sup>9</sup> [http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanNurazizi/Papers\(Online\)](http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanNurazizi/Papers(Online)) diakses 01 Juni 2018.

<sup>10</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Kelompok*, Andi Offset, (Yogyakarta: 2007), h. 285.

<sup>11</sup> Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada). 2002, h. 35

<sup>12</sup> Poewardarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Depdikbud, 2008), h.158

yang dipakai.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Nasution pelanggan adalah suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan suatu produk perusahaan.<sup>14</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan merupakan seorang individu yang selalu membeli dan menggunakan satu barang. Adapun pelanggan yang dimaksud dalam tulisan ini adalah pelanggan warung kopi.

#### 4. Masyarakat Urban

Masyarakat urban adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lain dalam kehidupannya, sekelompok manusia yang saling membutuhkan tersebut akan membentuk suatu kehidupan bersama yang disebut dengan masyarakat. Masyarakat itu sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama.<sup>15</sup>

Masyarakat perkotaan atau *urban community* adalah masyarakat kota yang tidak tertentu jumlah penduduknya. Tekanan pengertian “kota terletak pada sifat serta ciri kehidupan yang berbeda dengan masyarakat pedesaan. Perhatikan khusus masyarakat kota tidak terbatas pada aspek-aspek seperti pakaian, makanan dan perumahan, tetapi mempunyai perhatian lebih luas lagi.<sup>16</sup>

#### 5. Kota Banda Aceh

Banda Aceh, sebagai Kota Madani di Aceh, memiliki visi dan misi yang baik untuk meningkatkan kualitas, menuju pelaksanaan syariat Islam secara *khaffah*. Kota Banda Aceh sudah terbentuk sejak masa Sultan Iskandar Muda sampai dengan sekarang. Kota Banda Aceh berada di ujung pulau Sumatera

---

<sup>13</sup> Lupiyoadi dan A. Hamdan, *Menejeman Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2007), h. 174.

<sup>14</sup> Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h.102.

<sup>15</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,..., h. 85.

<sup>16</sup> Koentjaraningrat, *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*, (Jakarta: Dian Rakyat, 1967), h.

sekaligus menjadi wilayah paling barat dari pulau Sumatera. Kota Banda Aceh sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar, sebelah barat berbatasan dengan Samudera Hindia, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar.<sup>17</sup>

## F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan sebuah kajian yang mengkaji tentang pokok-pokok bahasan yang berkaitan dengan masalah yang penulis kaji. Kajian pustaka ini penulis buat untuk menguatkan bahwa pembahasan yang penulis teliti belum pernah ditulis atau tidak sama dengan penelitian orang lain. Namun setelah penulis melakukan studi kembali, penulis mendapatkan ada beberapa karya ilmiah atau skripsi. Dari beberapa tulisan tersebut membahas topik yang ada hubungannya dengan tulisan ini, diantaranya seperti:

Dalam skripsi Eka Octa Firmansyah “*Pemanfaatan Warung Kopi Sebagai Ruang Publik di Kota Banda Aceh*” Skripsi ini secara umum menjelaskan bahwa Aceh memiliki keistimewaan pada komoditas kopi yang memiliki kualitas tinggi di mata dunia. Bahkan, Aceh menjadi daerah penghasil kopi arabika tertinggi di Indonesia. Selain dari pada itu Aceh juga telah dikenal sebagai daerah penghasil komoditas kopi terbaik dan Aceh juga dikenal sebagai negeri seribu warung kopi. Hal ini dikarenakan Provinsi Aceh menjadi tempat tumbuh kembangnya warung kopi diantaranya berada di Kota Banda Aceh, sehingga Fokus penelitian ini dalam tulisan ini adalah menjelaskan secara rinci mengenai memverifikasi pemanfaatan warung kopi dengan melihat sejauh mana warung kopi di Kota Banda Aceh menjadi ruang publik.<sup>18</sup>

Skripsi Zulfahri Huraera “*Fenomena Warung Kopi (Suatu Penelitian di Warung Kopi 42 Andalas Kelurahan Paguyaman Kecamatan Kota Tengah*

---

<sup>17</sup>Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, *Indikator Kesejahteraan Masyarakat Kota Banda Aceh 2015/2016*, hal 11

<sup>18</sup> Eko Octa Firmansyah, *Pemanfaatan Warung Kopi Sebagai Ruang Publik di Kota Banda Aceh*, (Skripsi Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada, 2014), h. 4-5

*Kabupaten Gorontalo*)”. Tulisan ini secara umum menjelaskan tentang fenomena di warung kopi 42 Andalas terhadap proses terbentuknya penilaian konsumen warung kopi 42 terhadap gaya hidup ngopi, dan hal ini disalurkan oleh warung kopi 42 dengan melalui nilai tanda yang dimilikinya. Adapun nilai tanda tersebut seperti halnya tata ruang yang baik, desain interior yang mewah, serta berbagai fasilitas maupun sistem pelayanan warung kopi 42.<sup>19</sup>

Skripsi Achmad Helmy Djawahir dengan judul “*Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang*”, tulisan ini berisikan tentang bagaimana mengetahui dan mengerti gambaran gaya hidup dan fenomena perilaku konsumen pada warung kopi di Malang. Banyak pengusaha warung kopi yang menyadari peluang bisnis ini di kota Malang sehingga menjadikan kopi sebagai menu utama memberikan suasana informal dengan pelayanan yang cepat adalah *coffee shop*.<sup>20</sup>

Kemudian dalam Skripsi Fidagta Khoironi “*Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi*”. Tulisan ini menjelaskan tentang sejarah terciptanya komunitas warung kopi di Blandongan. Selain dari pada itu tulisan menguraikan tentang keberagaman warung kopi Blandongan dan komunitas didalam masyarakat sekitarnya, dari penjelasm akar historisnya, bahwa hadirnya komunitas warung kopi Blandongan tidak terlepas dari Cak Badroen yang merintis bisnis warung kopi di jalan Sorowajan Baru Yogyakarta. Pola-pola komunikasi yang dirancang dalam struktur warung kopi Blandongan sangat longgar dan strategis, sehingga batas-batas kebudayaan antar personal tampak mencair.<sup>21</sup>

Dari beberapa tulisan di atas yang menjelaskan tentang warung kopi secara umum, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema dengan judul “Tipologi

---

<sup>19</sup>Zulfahri Huraera, *Fenomena Warung Kopi*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo, 2015). h.6.

<sup>20</sup>Achmad Helmy Djawahir, *Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang 2014). h.5

<sup>21</sup> Fidagta Khoironi, *Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi*, (Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Sunan Kalijaga, 2009) hal 3

Warung Kopi Sebagai Tempat Interaksi antara Pelanggan dengan Masyarakat Urban (Studi Kasus Warung Kopi Kota Banda Aceh).

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam tulisan mencakup semua yang berhubungan dengan poin penting tentang tipologi warung kopi sebagai tempat interaksi antara pelanggan dengan masyarakat urban. Adapun penulisan ini secara umumnya mengikuti pedoman panduan penulisan skripsi Fakultas Ushuluddin dan Filsafat dan tulisan ini berjumlah Lima Bab.

Bab I, secara umum menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, penjelasan istilah, dan sistematis pembahasan.

Bab II, menjelaskan tentang hakikat warung kopi dan teori interaksi sosial masyarakat.

Bab III, tentang metode penelitian di antaranya yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, informan penelitian, dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV, menguraikan hasil penelitian, gambaran umum lokasi penelitian, keberagaman warung kopi di Kota Banda Aceh, pengaruh tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap interaksi antara pelanggan dengan masyarakat urban, dan bentuk pola interaksi antara pelanggan dengan masyarakat urban

Bab V, bab terakhir ini menjelaskan tentang penutup yaitu kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Hakikat Warung Kopi**

Secara etimologi warung kopi berasal dari dua suku kata yakni warung dan kopi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata warung diartikan sebagai tempat menjual makanan, minuman, kelontong, dan sebagainya.<sup>1</sup> Sedangkan kopi adalah salah satu minuman yang berasal dari proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi. Kopi merupakan minuman yang akan menyebabkan seseorang akan tetap terjaga, sehingga kopi menjadi minuman favorit terutama bagi kaum laki-laki.<sup>2</sup>

Warung kopi adalah suatu tempat seseorang atau sekelompok orang yang menikmati minuman berupa kopi. Warung kopi tidak harus besar namun warung kopi menjadi sarana bertemunya banyak orang yang pada awalnya tidak saling mengenal menjadi kenal. Keberadaan warung kopi terlihat di pinggir-pinggir jalan raya, dan memiliki ciri-ciri khusus masing-masing dilihat dari strategis lokasi warung kopi itu sendiri. Di warung kopi tidak hanya menawarkan minuman kopi saja, melainkan juga menawarkan berbagai jenis minuman instal, makanan ringan dan makanan berat. Biasanya makanan-makanan yang terdapat di warung kopi ialah titipan orang lain untuk dijual disana.<sup>3</sup>

Warung kopi mulai buka saat semua orang memulai aktivitasnya, di Kota Banda Aceh warung kopi sebagian dibuka 24 jam, dan ada juga hanya dibuka pada

---

<sup>1</sup>Poewardarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Depdikbud, 2008), h. 210.

<sup>2</sup>Saputra, *Kopi. Harmoni*, (Yogyakarta, Gharu Ilmu, 2008), h. 4.

<sup>3</sup>Ardietya, *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*, Jurnal Sosiologi Delima Vol. 32, Nomor 1, (Surakarta: Universitas Sebelas, 2017), h. 11

waktu malam hari untuk melayani pelanggannya yang mempunyai pekerjaan di malam hari. Menurut Erik “warung kopi juga dimaknai sebagai warung yang sering dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai latar belakang sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, wawancara, minum bersama untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat”.<sup>4</sup>

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa warung kopi adalah suatu tempat untuk berjualan atau memperdagangkan minuman yang berbentuk atau berbahan dasar kopi. Selain kopi warung kopi juga menjual minuman dan makanan dan bahkan juga menjual kopi dalam bentuk mentah.

Warung kopi merupakan tempat yang menyediakan kopi beserta produk turunannya sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman lainnya, seperti teh dan coklat. Selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai pendamping minum kopi. Warung kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktivitas lainnya seperti diskusi atau obrolan, membaca media cetak, online atau buku, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non akademik hingga bersenang-senang dalam hiburan yang ditawarkan.<sup>5</sup>

Berdasarkan keterangan di atas, maka jelaslah bahwa warung kopi tidak hanya didominasi oleh kalangan paruh baya (orang tua) saja melainkan juga telah

---

<sup>4</sup> Erik, *Maraknya Warung Kopi Berfasilitas Wifi di Jombang*, Artikel. Diakses tanggal 21 Juli 2018

<sup>5</sup>Nurazizi, *Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen Simulacrum Jean P Baudrillard di Excello Malang*. Skripsi, (Malang: Universitas Brwijaya, 2013), h. 24.

menjadi bagian dari kehidupan anak muda hingga orang dewasa seperti pembisnis, karyawan dan lain-lain.

## **B. Interaksi Sosial Masyarakat**

### **1. Pengertian Interaksi Sosial**

Manusia adalah makhluk sosial oleh karena itu dalam kehidupan sehari-harinya manusia pasti membutuhkan bantuan orang lain. Seperti apa yang kita makan dan konsumsi sehari-hari merupakan hasil kerja keras para petani, tempat tinggal kita baik rumah atau bangunan lainnya merupakan hasil dari kerja sama para tukang/buruh bangunan atau mungkin tetangga kita yang sudah membantu untuk mendirikan rumah. oleh karena itu jelaslah bahwa manusia tidak akan mampu hidup bertahap hidup didunia dengan sendirinya tanpa bantuan dari orang pihak atau orang lain di sekitar tempat tinggalnya.

Keterangan di atas menunjukkan gambaran bagaimana terjadinya interaksi sosial, karena interaksi sosial dimaknai sebagai hubungan timbal balik sesama manusia. Hal tersebut sebagai mana yang dikemukakan oleh H. Bonner dalam Winraningsih bahwa “interaksi sosial ialah hubungan antara individu atau lebih, dimana individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki individu yang lain atau sebaliknya”.<sup>6</sup> Hal itu senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Walginto bahwa “interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, dimana individu yang satu dapat mempengaruhi

---

<sup>6</sup>Wiraningsih, *Hubungan Antara Interaksi Sosial dan Konsep Diri dengan Perilaku Reproduksi Sehat*, (Semarang: UNS, 2013), h. 27

individu lainnya sehingga terjadi hubungan yang saling timbal baik”.<sup>7</sup> Sementara itu Philipus berpendapat bahwa interaksi sosial ialah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang berkaitan antara hubungan individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok lain.<sup>8</sup> Interaksi itu dapat diartikan sebagai hubungan-hubungan sosial yang dinamis. Hubungan sosial yang dimaksud dapat berupa hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lainnya, antara kelompok satu dengan kelompok yang lainnya, maupun antara kelompok dengan individu.<sup>9</sup>

Pengertian di atas memberikan keterangan betapa pentingnya interaksi dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan tiap masyarakat adalah satu kesatuan dari individu yang satu dengan individu yang lain. Koentjaraningrat juga mengemukakan terjadinya interaksi sosial apabila seseorang individu dalam suatu masyarakat melakukan sesuatu yang membuat munculnya suatu respons atau reaksi dari individu-individu lain.<sup>10</sup>

Sementara itu pengertian lain dari interaksi sosial juga dikemukakan oleh Thibaut dan Kelly sebagaimana yang kutip oleh Winraningsih bahwa interaksi sosial adalah “peristiwa yang dapat mempengaruhi satu sama lain ketika dua orang atau lebih hadir bertemu, kemudian mereka menciptakan suatu hasil satu sama lain, atau mereka mengadakan komunikasi satu sama lain”. sedangkan

---

<sup>7</sup>Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 65.

<sup>8</sup>Philipus, *Sosiologi dan Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 38

<sup>9</sup>Yesmil Anwar, *Sosiologi Untuk Universitas*, (Bandung: Revika Aditama, 2013), h. 194.

<sup>10</sup>Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 131.

Suranto menyatakan bahwa “ interaksi sosial adalah suatu proses hubungan yang dinamis yang saling mempengaruhi antar manusia satu dengan manusia lainnya.<sup>11</sup>

Interaksi sosial adalah hubungan antar aksi (interaksi) sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari secara terus-menerus. Antar aksi (interaksi) sosial dimaksudkan sebagai timbal balik antar dua belah pihak, yaitu antara individu satu dengan individu atau kelompok lainnya dalam rangka mencapai tujuan tertentu.<sup>12</sup> Interaksi dapat diartikan sebagai hubungan-hubungan sosial yang dinamis. Hubungan sosial yang dimaksud dapat berupa hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lainnya, antara kelompok satu dengan kelompok yang lainnya, maupun antara kelompok dengan individu.<sup>13</sup>

Bedasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa interaksi dalam masyarakat sangatlah penting, hal ini dikarenakan setiap masyarakat merupakan satu kesatuan dari individu yang satu dari individu yang satu dengan individu yang lain yang disebabkan adanya stimulus atau ransangan dari satu pihak, yang dikarenakan seseorang individu dalam individu masyarakat berbuat sedemikian rupa sehingga menimbulkan suatu respon atau reaksi dari individu-individu lain yang terdapat disekililingnya.

Secara teoritis sekurang-kurangnya ada dua syarat bagi terjadinya sesuatu interaksi sosial, yaitu terjadinya kontak sosial tidaklah semata-mata bergantung

---

<sup>11</sup>Wiraningsih, *Hubungan Antara Interaksi Sosial dan Konsep Diri dengan Perilaku Reproduksi Sehat*,..., h. 27

<sup>12</sup>Yesmil Anwar, *Sosiologi Untuk Universitas*,..., h. 194

<sup>13</sup>Abdulsyani, *Sosiologi, Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 151.

dari tindakan, tetapi juga tergantung kepada adanya tanggapan terhadap tindakan tersebut. sedangkan aspek terpenting dari komunikasi adalah bila seseorang memberikan tafsiran pada seseorang atau perlakuan orang lain.

## 2. Syarat-Syarat Interaksi Sosial

Terjadinya interaksi sosial dalam masyarakat tidak begitu saja, melainkan membutuhkan syarat-syarat tertentu. Interaksi sosial tidak terjadi begitu saja, tetapi ada syarat-syarat tertentu, yakni adanya kontak sosial dan komunikasi.

### a. Adanya Kontak Sosial

Menurut Poerwati yang dimaksud dengan kontak sosial adalah “hubungan sosial antara individu satu dengan individu lain yang bersifat langsung, seperti dengan sentuhan, percakapan, maupun tatap muka”. Namun lebih lanjut dijelaskan bahwa pada era modern seperti sekarang ini kontak sosial dapat terjadi secara tidak langsung, seperti setiap orang dapat berhubungan antara satu sama lain melalui alat teknologi seperti telepon, telegram, radio, surat, dan lain-lain. alat-alat teknologi tersebut tidak memerlukan akan adanya hubungan yang bersifat fisik dalam mewujudkan interaksi sosial. Oleh sebab itu menurut Poerwanti bahwa hubungan fisisk tidak perlu menjadi syarat utama terjadinya kontak sosial.<sup>14</sup> Soejono Soekanto membagi kontak sosial kedalam dua bentuk yaitu:

- (1) Kontak sosial primer, yaitu kontak sosial yang terjadi secara langsung, antara individu dengan individu seperti : pertemuan yang langsung bertatap

---

<sup>14</sup>Poerwanti, *Kehidupan Sosial Manusia*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012), h. 4.

muka (*face to face*), saling bertegur tapa, berjabat tangan, saling memeluk, saling tersenyum, dan lain sebagainya.

- (2) Kontak sosial sekunder, yaitu kontak sosial yang terjadi secara tidak langsung antara pelaku seperti : Akmal meminta kepada dewi agar mau membujuk Fitri agar mau datang kerumah Akmal atau contoh lainnya : Budi bercerita kepada Susi bahwa Dani sangat kagum atas prestasi yang diperoleh Susi saat mengikuti lomba berpidato.<sup>15</sup>

Apabila dilihat dari para pelakunya, kontak sosial dibedakan menjadi tiga, yaitu :

- (1) Kontak sosial antar individu dengan individu, seperti sosialisasi dimana seseorang anak seorang anak pembelajar kebiasaan-kebiasaannya dengan melakukan kontak dengan anggota keluarganya seperti ayah, ibu, kakak, dan sebagainya.
- (2) Kontak sosial antara individu dengan kelompok, seperti seorang kepala desa melakukan kontak sosial dengan anggota-anggotanya dalam suatu rapat. Atau sebaliknya pihak kelurahan melakukan kontak dengan setiap anggota masyarakat ketika mengurus pembuatan KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- (3) Kontak sosial antar kelompok dengan kelompok, seperti pertemuan anggota OSIS antar sekolah, pertandingan bola voly antar sekolah, dan lainnya.<sup>16</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kontak sosial primer terjadi tanpa membutuhkan pihak ke tiga, sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melibatkan pihak ke tiga dalam interaksinya. Kontak sosial masyarakat tidak hanya dilihat dari segi bentuknya, melainkan dapat dibagi bedasarkan dari jumlah para pelakunya.

#### b. Adanya Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *communico* yang artinya membagi. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell

---

<sup>15</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h. 71-72

<sup>16</sup>Kuswanto dan Siswanto, *Sosiologi*, (Solo: Tiga Serangkai, 2003), h. 19

bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”<sup>17</sup>

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah tangga, di tempat kerja, di pasar, maupun dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dengan komunikasi walaupun bisa sekalipun tapi ia bisa menggunakan komunikasi non verbalnya melalui simbol-simbol. Pada umumnya komunikasi diartikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, baik itu hubungan individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok.<sup>18</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat diartikan bahwa komunikasi pada umumnya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat dan informasi. Komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan yang saling mempengaruhi antar manusia baik individu maupun kelompok. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu hal atau pesan dari seseorang kepada orang lain yang dilakukan secara langsung maupun melalui alat bantu agar orang lain memberikan tanggapan atau tindakan tertentu. Orang yang memberikan pesan tersebut komunikator, isi komunikasi atau berita, yang disampaikan disebut pesan (*messenger*), sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan.

---

<sup>17</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h.18.

<sup>18</sup> Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h.61.

Dalam komunikasi kemungkinan sekali terjadi berbagai macam penafsiran terhadap tingkah laku orang lain. Suatu senyum, misalnya dapat ditafsirkan bahwa suatu tanda bahwa orang yang bersangkutan merasa kurang senang atau bahkan kurang senang marah. Dengan demikian, komunikasi memungkinkan kerjasama antar perorangan dan antara kelompok-kelompok manusia, atau justru mengakibatkan terjadi kesalahpahaman karena masing-masing pihak tidak mengalah.

Dalam interaksi sosial tidak semua komunikasi dapat menyebabkan terjadinya interaksi sosial, karena komunikasi dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- (1) Komunikasi searah merupakan komunikasi dimana dalam hal ini komunikasi hanya sebagai obyek penerima pesan saja, tidak dapat menjadi komunikator. Hubungan hanya bersifat searah saja, tidak ada timbal balik. Misalnya, komunikasi lewat radio, televisi, atau lewat media massa cetak (koran, majalah, atau lain-lainnya).
- (2) komunikasi dua arah, merupakan komunikasi yang terjadi secara timbal balik antara komunikator dan komunikan. Komunikasi ini terjadi saat tertentu komunikator dengan komunikan. Artinya terjadi hubungan timbal balik antara keduanya. Seperti : proses interaksi belajar mengajar dikelas antara guru dan siswa, dimana ada siswa yang bertanya dengan guru yang menjelaskan, ataupun sebaliknya.<sup>19</sup>

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dua arah termasuk dalam kriteria interaksi sosial yang menyatakan bahwa interaksi sosial merupakan proses hubungan timbal balik antara individu dengan individu, antara individu dengan kelompok dan antara kelompok dan antara kelompok dengan kelompok yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan. namun ada kalanya komunikasi satu arah dapat menjadi jembatan untuk menciptakan interaksi sosial.

---

<sup>19</sup>Poerwanti, *Kehidupan Sosial Manusia*,..., h. 5.

Misalnya, dua orang yang berkenalan lewat internet (chatting) lama kelamaan menjadi akrab, akhirnya bertemu dan menjadi teman akrab.

### 3. Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Interaksi sosial terjadi dalam beberapa bentuk. Menurut Gillin dan Gillin bentuk-bentuk interaksi sosial ada dua macam proses dan timbul sebagai akibat adanya interaksi sosial yaitu, proses asosiatif (*processes of association*) dan proses disosiatif (*processes of disassociation*).

#### a. Proses Sosial Asosiatif

Proses asosiatif (*processes of association*) terbagi dalam empat bentuk khusus, yakni kerja sama, okomondasi, asimilasi, dan akulturasi. Bentuk interaksi yang asosiatif ini ialah proses sosial yang mengarah kepada adanya kesamaan, keserasian dan keseimbangan pandangan atau tindakan dari orang perorangan atau kelompok orang dalam melakukan interaksi sosial.<sup>20</sup>

(1) Kerjasama (*Cooperation*), kerja sama merupakan aktifitas sosial yang melibatkan dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang sama. kerja sama terjadi dalam dua kelompok masyarakat maupun di dunia ini. masyarakat itu sendiri terbentuk karena adanya keinginan dari individu-individu untuk berkerja sama.<sup>21</sup>Interaksi yang berbentuk kerja sama dapat dibagi dalam tiga bentuk, yaitu :

---

<sup>20</sup>Robert Lawang, *Buka Materi Pokok Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000), h. 34

<sup>21</sup>Narwoko, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, (Jakarta: Kencana Praneda Media Group, 2005), h. 108.

- (a) *Bargaining*, yaitu pelaksanaan perjanjian mengenai pertukaran barang-barang dan jasa-jasa antara dua organisasi atau lebih.
  - (b) *Cooptation*, yaitu proses penerimaan unsur-unsur dalam kepemimpinan atau pelaksanaan politik dalam organisasi, sebagai salah satu cara untuk menghindari terjadinya keguncangan dalam stabilitas organisasi bersangkutan.
  - (c) *Coalition*, yakni kombinasi antar dua organisasi atau lebih yang mempunyai tujuan-tujuan yang sama.
  - (d) *Joint Venture*, yaitu kerja sama dalam perusahaan proyek-proyek tertentu, misalnya pengoboran minyak, pertambangan batu bara, pembuatan flem, dan seterusnya.<sup>22</sup>
- (2) Akomodasi: menunjukkan pada dua arti yaitu yang menunjukkan pada sesuatu keadaan dan menunjukkan pada suatu proses. Akomodasi yang menunjukkan sesuatu keadaan, berarti ada suatu keseimbangan dalam interaksi antara individu atau kelompok-kelompok manusia dalam kaitannya dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial dalam masyarakat.<sup>23</sup>
- (a) Koersi, adalah akomodasi yang dilakukan dengan dengan kekerasan dan paksaan.
  - (b) Kompromi, adalah okomodasi yang dilakukan dengan cara masing-masing kelompok atau pihak yang berselisih bersedia mengurangi tuntutananya sehingga terjadi kesepakatan penyelesaian konflik.
  - (c) Arbitrase, adalah okomodasi atau penyelesaian konflik dengan cara meminta bantuan pihak ketiga yang dipilih oleh kedua belah pihak atau badan yang berkedudukannya lebih tinggi dari pihak-pihak yang bertikai.
  - (d) Mediasi, yaitu penyelesaian konflik dengan jalan meminta bantuan pihak ketiga yang disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berkonflik.
  - (e) Konsiliasi, yaitu proses okomodasi dengan jalan mempertemukan keinginan-keinginan pihak yang berselisih untuk mencapai satu persetujuan atau kesepakatan bersama.
  - (f) Toleransi adalah suatu Okomodasi tanpa ada suatu persetujuan secara formal antara pihak-pihak yang bertingkai, namun sudah ada kesadaran dari tiap pihak.
  - (g) *Stalemate*, merupakan suatu okomodasi dimana pihak-pihak yang bertentangan karena memiliki kekuatan yang seimbang, berhenti pada suatu titik tertentu dalam melakukan pertentangannya.

---

<sup>22</sup>Margaret, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali, 2000), h. 20

<sup>23</sup>Bernard, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007), h. 76

(h) *Adjudication*, yaitu suatu bentuk akomodasi yang dilakukan melalui proses pengadilan.<sup>24</sup>

Akomodasi bertujuan untuk (1) mengurangi pertentangan antara individu atau kelompok-kelompok sebagai akibat dari perbedaan paham, (2) mencegah meledaknya suatu pertentangan untuk sementara waktu secara temporer, (3) memungkinkan terjadinya kerja sama antara kelompok-kelompok sosial yang hidupnya terpisah sebagai akibat faktor-faktor sosial psikologis dan kebudayaan seperti dalam masyarakat yang mengenal sistem kasta dan (4) mengusahakan peleburan antara kelompok-kelompok sosial yang terpisah, misalnya lewat perkawinan campur atau asimilasi dalam arti luas.<sup>25</sup>

### (3) Asimilasi

Asimilasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang ditandai dengan adanya usaha-usaha mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia dan juga meliputi usaha untuk mempertinggi kesatuan tindak, sikap dan proses-proses mental dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan dan tujuan-tujuan bersama.<sup>26</sup> Dalam pengertian yang berbeda, khususnya berkaitan dengan interaksi antar kebudayaan, asimilasi diartikan sebagai proses sosial yang timbul bila ada :

(a) Kelompok-kelompok manusia yang berbeda kebudayaannya, individu-individu sebagai anggota kelompok itu saling bergaul secara langsung dan intensif dalam waktu yang relatif lama.

---

<sup>24</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...,h. 74

<sup>25</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.76

<sup>26</sup>Nasrullah, *Teori-Teori Sosiologi*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), h. 28

- (b) Kebudayaan-kebudayaan dari kelompok manusia tersebut masing-masing berubah dan saling menyesuaikan diri. Biasanya golongan-golongan yang dimaksud dalam suatu proses asimilasi adalah suatu golongan mayoritas dan beberapa golongan minoritas.<sup>27</sup>

#### (4) Akulturasi

Akulturasi dapat didefinisikan sebagai proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kepribadian itu sendiri. Dalam hal ini terdapat perbedaan antara bagian kebudayaan yang sukar berubah dan terpengaruh oleh unsur-unsur kebudayaan asing (*covert culture*), dengan kebudayaan yang mudah berubah dan terpengaruh oleh unsur-unsur kebudayaan asing (*overt culture*). *Covert culture* misalnya : (1) sistem nilai-nilai budaya, (2) keyakinan-keyakinan keagamaan yang dianggap keramat, (3) beberapa adat yang sudah dipelajari sangat dini dalam proses sosialisasi individu warga masyarakat, dan (4) beberapa adat yang mempunyai fungsi yang terjaring luas dalam masyarakat. Sedangkan *overt culture* misalnya kebudayaan fisik, seperti alat-alat dan benda-benda yang berguna, tetapi juga ilmu pengetahuan, tata cara, gaya hidup, dan rekreasi yang berguna dan memberi kenyamanan.<sup>28</sup>

#### b. Proses Sosial Disosiatif

Proses disosiatif adalah sering disebut dengan oppositional proses. Oposisi atau proses-proses yang disosiatif itu dibedakan dalam tiga bentuk :

---

<sup>27</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.76

<sup>28</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.75-76

## 1. Persaingan (*competition*)

Persaingan adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok-kelompok manusia bersaing mencari keuntungan melalui bidang kehidupan yang menjadi perhatian umum. Persaingan memiliki dua sifat, yaitu :

- (a) *Personal competition* merupakan persaingan antar individu atau perorangan yang terjadi secara langsung, seperti : perebutan kursi oleh para anggota dalam suatu organisasi untuk menuduki suatu jabatan tertentu.
- (b) *Impersonal competition* merupakan persaingan antar kelompok, contohnya: persaingan partai-partai politik dalam memenangkan pemilihan suara pada pemilihan umum.
- (c) Kontravensi adalah proses sosial yang terutama ditandai oleh gejala-gejala adanya ketidak pastian mengenai diri seseorang atau suatu rencana dan perasaan tidak suka yang disembunyikan terhadap orang-orang lain atau terhadap unsur-unsur kebudayaan suatu golongan tertentu. Suka tersembunyi tersebut dapat berubah menjadi suatu kebencian, akan tetapi tidak sampai terjadi pertentangan atau pertikaian. Kontravensi dapat mengacu kepada suatu pandangan, gagasan, ajaran, kepercayaan, rencana atau kebijakan yang datang dari seseorang atau kelompok.<sup>29</sup>

## 2. Pertentangan atau Pertikaian

Pertentangan atau pertikaian adalah suatu proses sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok orang yang berusaha mencapai tujuannya, biasanya dengan cara menantang pihak lawan dengan disertai kekerasan atau ancaman. Terjadinya pertentangan biasanya karena tajamnya perbedaan-perbedaan seperti perbedaan badaniyah, emosi, unsur-unsur kebudayaan, pola-pola kelakuan, dan sebagainya dengan pihak lain. Perasaan memegang peranan yang penting dalam mempertajam perbedaan-perbedaan tersebut, sehingga masing-masing pihak berusaha untuk saling menhangcurkan. Perasaan tersebut biasanya merupakan

---

<sup>29</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.75

amarah dan rasa benci yang menyebabkan dorong-dorongan untuk melukai atau menyerang pihak lain, atau untuk menekan untuk menghancurkan orang perorangan atau kelompok manusia yang menjadi lawan.<sup>30</sup> Secara rinci, faktor-faktor yang menjadi sebab pertikaian atau pertentangan antara lain :

- (a) Perbedaan antar orang perorangan, seperti perbedaan pendirian, idiologi, kepentingan, dan lain-lain.
- (b) Perbedaan kebudayaan, misalnya pertentangan yang terjadi antara suku yang satu dengan suku yang lainnya, yang masing-masing memiliki budaya berbeda.
- (c) Bentrokan kepentingan, misalnya bentrokan kepentingan antara direktur dan staf bawahannya.
- (d) Perubahan-perubahan sosial, perubahan sosial yang terlalu cepat juga bisa menimbulkan guncangan dalam sendi-sendi kehidupan masyarakat, baik yang menyangkut tatanan strukturnya maupun tatanan nilai dan norma. Guncangan-guncangan tersebut pada akhirnya juga bisa mendorong terjadinya pertikaian antara golongan. Misalnya pertikaian antara kelompok yang pro reformasi dengan kelompok yang pro status quo ketika terjadi perubahan di Indonesia.<sup>31</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pertentangan atau pertikaian sangat dipengaruhi oleh faktor perbedaan kedua kelompok atau individu yang bertikai. Bentrokan kepentingan juga menjadi sebab terjadinya pertentangan, termasuk juga berbedanya tradisi kebudayaan serta terjadinya perubahan-perubahan sosial di antara kedua pelaku.

---

<sup>30</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.76

<sup>31</sup>Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*,...h.76

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Kirk dan Miller dalam Lexy J. Moleong penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.<sup>1</sup>

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Handari Nawawi, mengemukakan bahwa metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.<sup>2</sup> Pemilihan jenis metode deskriptif kualitatif ialah karena penelitian ini memanfaatkan hasil wawancara dan observasi lapangan, yang hasilnya dideskripsikan dalam uraian kata-kata.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian bertempat di Kota Banda Aceh. Penelitian ini berlangsung dalam waktu 2 bulan terhitung dari bulan Juni-Juli 2018.

#### **C. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret menggambarkan

---

<sup>1</sup>Meleong, Laxy, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), h. 4.

<sup>2</sup> Narwawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), h. 67.

dalam rumusan masalah penelitian.<sup>3</sup> Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah tipologi warung kopi sebagai tempat interaksi antara pelanggan dengan masyarakat urban di Kota Banda Aceh.

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan memberi informasi yang diperlukan selama penelitian.<sup>4</sup> Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dikenal dengan informan. Informan adalah tempat memperolehnya informasi yang dikumpulkan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.<sup>5</sup> Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti.<sup>6</sup>

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah 20 orang, dengan rincian masyarakat urban sebanyak 6 orang, pelanggan 6 orang, pemilik warung kopi 8 orang. Adapun warung kopi yang dijadikan sampel terdiri dari warung kopi Rawa Sakti, Cheek Yukee, Graviti, Solong Premium, *Three In One*, Zakir Lamprit, Dhapu Kupi, NA Since, *Star Jazz* dan Jasa Ayah Ulee Kareng. Pemilihan subjek dengan menggunakan teknik *porposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara

---

<sup>3</sup>Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), h. 78.

<sup>4</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 171.

<sup>5</sup>Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. (Yogyakarta: Erlangngga, 2009), h. 92.

<sup>6</sup>Faisal, Sanafiah, *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 67.

sengaja. Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti.

#### **D. Sumber Data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>7</sup> Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari wawancara dengan informan kunci yang terdiri dari pada pelanggan, masyarakat urban dan pemilik warung kopi. Data primer juga berupa dokumentasi tertulis berupa data statistik tentang jumlah warung kopi dan koleksi-koleksi foto. Selain itu hasil observasi langsung dilapangan juga dijadikan sumber primer guna mendukung hasil wawancara dan dokumentasi.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.<sup>8</sup> Adapun sumber sekunder terdiri dari berbagai literatur. Adapun sumber sekunder terdiri dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artiker dan situs internet.

---

<sup>7</sup> Burhan, Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komuningkasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), h. 132.

<sup>8</sup>*Ibid.* 132.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang teliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>9</sup> Adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa data statistik jumlah warung kopi di Kota Banda Aceh.

### 2. Wawancara

Wawancara ialah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Secara sederhana wawancara diartikan sebagai alat pengumpul data dengan mempergunakan tanya jawab antar pencari informasi tanya jawab antar pencari informasi dan sumber informasi.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih untuk memperkuat data yang diperoleh untuk dokumentasi. Adapun responden yang akan diwawancarai terdiri dari beberapa informan kunci yang terdiri dari pada pelanggan, masyarakat urban dan pemilik warung kopi. Agar wawancara berjalan dengan baik, maka penulis terlebih dahulu

---

<sup>9</sup>Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), hal. 158.

<sup>10</sup>Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, .....h. 118

menyiap-kan daftar pertanyaan wawancara dan agar hasilnya terekam dengan baik maka perlu pula disiapkan alat perekam suara berupa *recorder*.

### 3. Observasi

Observasi atau pengamatan ialah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya, seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.<sup>11</sup> Dalam kegiatan ini penulis lebih dahulu mengamati keadaan lingkungan dan berbagai bentuk pola interaksi antara pelanggan dengan masyarakat urban yang terjadi di warung kopi, Kota Banda Aceh.

### 3. Studi Pustaka

Penelitian studi pustaka ini bertujuan untuk mendapatkan sumber sekunder berbentuk tulisan. Pada kegiatan ini, penulis mengumpulkan berbagai buku-buku bacaan baik dokumen hasil penelitian terdahulu, skripsi, tesis, desetas, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan objek kajian penelitian ini. Studi ini dilakukan diberbagai pustaka diantaranya Badan Arsip dan Perpustakaan Banda Aceh, Perpustakaan UIN Ar-Raniry dan lain-lain.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis pstranskrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan

---

<sup>11</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, .....h. 143

model analisis interaktif. Sugiyono mengemukakan ada tiga komponen pokok dalam analisis data yakni :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data juga merupakan suatu bentuk analisis yang memper-tegas, memper-pendek, membuang hal yang tidak penting, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan.

### **2. Penyajian Data**

Penyajian data diartikan sebagai pemaparan informasi yang tersusun untuk memberi peluang terjadinya suatu kesimpulan. Selain itu, dalam penyajian data diperlukan adanya perencanaan kolom dan tabel bagi data kualitatif dalam bentuk khususnya. Penyajian data yang baik dan jelas sistematikanya diperlukan untuk melangkah kepada tahapan penelitian kualitatif selanjutnya.

### **3. Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam penelitian dimana data-data yang telah diperoleh akan ditarik garis besar atau kesimpulan sebagai hasil keseluruhan dari penelitian tersebut.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 10-112.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

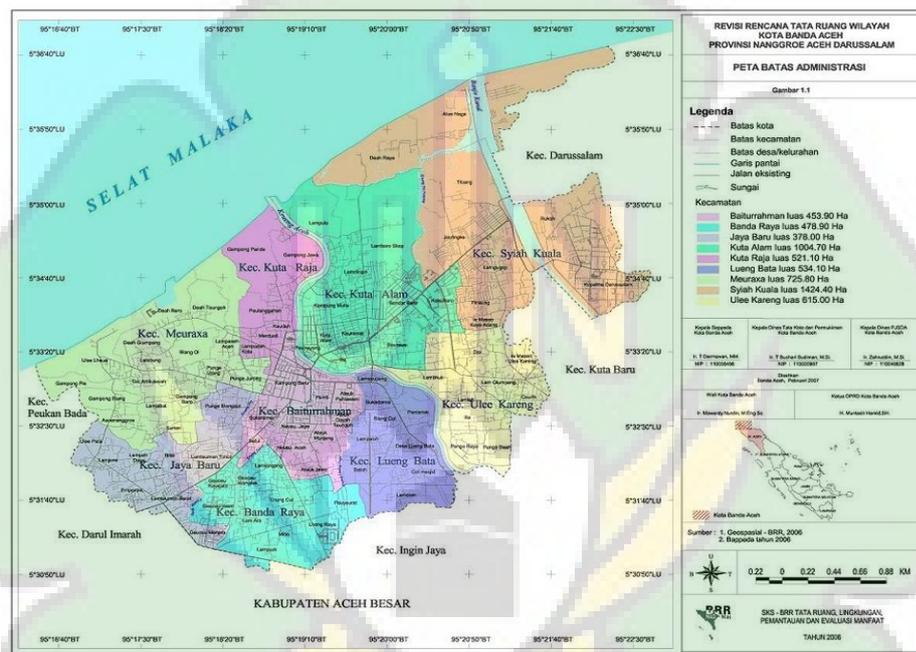
##### **1. Letak Geografis Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh merupakan satu dari 23 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Aceh sekaligus sebagai ibukota Provinsi Aceh. Jauh sebelum menjadi pusat Provinsi Aceh, kota tua ini telah menjadi pusat dari Kerajaan Aceh Darussalam pada abad ke-13 Masehi dengan nama Banda Aceh Darussalam. Ketika berhasil dikuasai oleh Belanda pada tahun 1874, nama kota ini diubah menjadi Kutaraja. Setelah 89 tahun mengusung nama tersebut, pada tahun 1963 berdasarkan Keputusan Menteri Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah bertanggal 9 Mei 1963 No. Des 52/1/43-43 diganti menjadi Kota Banda Aceh. Kota Banda Aceh merupakan ibukota Provinsi Aceh. Secara geografis Kota Banda Aceh berada pada posisi yang terletak di antara berada  $05^{\circ} 16'15'' - 05^{\circ}36'16''$  Lintang Utara dan  $95^{\circ}-16'15''-22'16''$  Bujur Timur. Daratan Kota Banda Aceh memiliki rata-rata altitude 0,80 meter di atas permukaan laut. Kota Banda Aceh memiliki luas wilayah 61.359 Ha (61,36 Km<sup>2</sup>). Dengan luas wilayah 14,24 Km<sup>2</sup>, Kecamatan Syiah Kuala merupakan kecamatan terluas di Kota Banda Aceh (BPS Daerah Kota Banda, 2016: 1). Kota Banda Aceh sebesar 61.359 Ha atau dengan kisaran 61, 36 Km<sup>2</sup> dengan batas-batas:

- Sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka,
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Darussalam dan Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar,

- Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Ingin Jaya dan Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar, dan
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar.<sup>1</sup>

Gambar 1. Peta Kota Banda Aceh, 2018



Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, 2018

## 2. Wilayah Administratif Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan yaitu kecamatan Meuraxa, Jaya Baru, Banda Raya, Baiturahman, Lueng Bata, Kuta Alam, Kuta Raja, Syiah Kuala dan Ulee Kareng. Masing-masing kecamatan yang terdapat di Kota Banda Aceh ini memiliki luas wilayah administrasi yang berbeda-beda. Untuk lebih jelasnya tentang

<sup>1</sup>BPS: *Kota Banda Aceh Dalam Angka 2017*, (Banda Aceh, 2017), hal. 1-2.

luas wilayah masing-masing kecamatan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Banda Aceh Perkecamatan, 2018.

No	Kecamatan	Luas (km)
1	Meuraxa	7,26
2	Jaya Baru	3,78
3	Banda Raya	4,79
4	Baiturrahman	4,54
5	Lueng Bata	5,34
6	Kuta Alam	10,05
7	Kuta Raja	5,21
8	Syiah Kuala	14,24
9	Ule kareng	6,16
	Total	61,36

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, 2017

Berdasarkan table tersebut di atas, maka kecamatan dengan luas wilayah terbesar yaitu Kecamatan Syiah Kuala (20,39 km<sup>2</sup>) sedangkan kecamatan dengan luas terkecil yaitu Kecamatan Baiturrahman (10,16 km<sup>2</sup>).

### 3. Keadaan Demografis Kota Banda Aceh

Secara demografis, penduduk kota Banda Aceh pada tahun 2015 berjumlah 250.303 jiwa yang terdiri dari 128.982 jiwa penduduk laki-laki dan 121.321 jiwa penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki di kota Banda Aceh secara keseluruhan lebih banyak dari pada jumlah penduduk perempuan yang bisa dilihat dari sex rasionya lebih besar 100. Pada tahun 2015 untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 106 penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk Kota Banda

Aceh mencapai 4.079 jiwa per km<sup>2</sup>. Kecamatan terdapat adalah Baiturrahman (7.789 jiwa per km<sup>2</sup>), sedangkan kecamatan Kuta Raja (2.471 jiwa per km<sup>2</sup>) memiliki kepadatan penduduk terkecil). Bila dilihat dari struktur penduduk, Kota Banda Aceh didominasi penduduk usia muda. Jumlah penduduk terbesar berada pada kelompok umur 20-24 tahun yaitu sebanyak 39.944 jiwa, kemudian diikuti oleh penduduk umur 25-29 tahun sebanyak 29.000 jiwa dan penduduk umur 0-4 tahun sebanyak 26.950 jiwa.<sup>2</sup> Kota Banda Aceh yang terdiri dari 9 kecamatan tersebut memiliki jumlah penduduk yang berbeda-beda, sebagai mana terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Kedaan penduduk Berdasarkan Kecamatan Dalam Kota Banda Aceh

NO	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total
1	Meuraxa	10.095	8.945	19.040
2	Jaya Baru	12.682	11.879	24.561
3	Banda Raya	11.584	11.486	23.034
4	Baiturrahman	18.095	17.268	35.363
5	Leung Bata	12.645	12.015	24.660
6	Kuta Alam	25.886	23.820	49.706
7	Kuta Raja	6.897	5.9755	12.872
8	Syiah Kuala	18.293	17.524	35.817
9	Ulee Kareng	12.841	12.409	25.250
<b>Jumlah Total</b>	2017	128.982	121.321	250.303
	2016	128.847	121.012	249.499
	2015	128.333	121.949	249.282

Sumber: Kota Banda Aceh Dalam Angka, 2018: 34.

<sup>2</sup>BPS: Kota Banda Aceh Dalam Angka, ..., hal. 4.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat dijelaskan bahwa Kecamatan Kuta Alam merupakan kecamatan terbanyak penduduknya di wilayah Kota Banda Aceh yakni 49.706 jiwa yang terdiri dari 25.886 laki-laki dan 23.820 perempuan. Sedangkan kecamatan yang jumlah penduduk yang paling sedikit di wilayah Kota Banda Aceh ialah Kecamatan Kuta Raja yakni sebesar 12.872 jiwa yang terdiri dari 6.897 laki-laki dan 5.975 perempuan.

Perkembangan jumlah penduduk Kota Banda Aceh sejak tiga tahun terakhir yakni dari tahun 2015-2017 semakin bertambah. Dari 249.282 jiwa di tahun 2013 naik menjadi 249.499 di tahun 2015 dan bahkan di tahun 2016 jumlah penduduk di Kota Banda Aceh mencapai 250.303 jiwa. Bahkan di tahun 2017 data sementara terkait penduduk Kota Banda Aceh terdiri dari 123.894 jiwa penduduk perempuan dan 131.010 jiwa penduduk laki-laki dengan total keseluruhan berjumlah 254.904 jiwa (BPS: Kota Banda Aceh, 2016). Kenaikan jumlah penduduk ini dikarenakan faktor meningkatnya jumlah penduduk pendatang dari berbagai daerah dan bahkan juga dari luar provinsi lain ke Kota Banda Aceh.

## **B. Keberadaan Warung Kopi di Kota Banda Aceh**

Warung kopi merupakan sebuah tempat yang sangat familiar dan mudah ditemukan di Aceh. Warung kopi menjadi titik pertemuan bagi masyarakat Aceh untuk melakukan berbagai hal yang bisa di komunikasikan, mulai dari soal seni, politik, bisnis, hingga obrolan lainnya. Kehadiran warung kopi di tanah rencong itu pun tentunya memiliki sejarah yang panjang. Di Aceh warung kopi tersebar di seluruh sudut wilayahnya. Pada awalnya banyak ditemukan di pantai barat, namun kini di pantai timur mudah pula ditemukan warung kopi. Meski demikian, masih

sulit ditelusuri asal-usulnya. Tidak banyak bukti tertulis dan arkeologis yang memberi petunjuk soal kehadiran warung kopi di sana sehingga kita hanya bisa menduga-duga masuknya warung kopi ke provinsi itu.<sup>3</sup>

Seiring dengan perkembangan lahirnya warung kopi di Aceh, keadaan bangunan dan fasilitas warung kopi di Aceh tergantung pada tempatnya berada. Bila warung kopi berada di kawasan kampung yang penduduknya kebanyakan orang berpenghasilan sederhana, maka warung kopi itu pun sederhana, bila keadaan penduduk kampung di sekitar warung kopi berpenghasilan tinggi, maka warung kopi pun eksklusif. Mushalla (*meunasah*) dan juga kedai kopi (*keude kopi*) adalah dua pranata sosial dalam masyarakat Aceh yang sulit dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Menjadi bagian dari identitas masyarakat Aceh itu sendiri. Keberadaan kedua pranata sosial ini menyebar di seluruh pelosok Aceh dan memiliki kesamaan fungsi untuk kegiatan sosialisasi dan interaksi di antara anggota masyarakat. Jika kehadiran *meunasah* ditengarai hadir saat penyebaran Islam, maka kedai kopi sulit ditelusuri sejarahnya. Namun kedai kopi diperkirakan sudah ada sejak masa penjajahan Belanda, yang memungkinkan masyarakat leluasa bersosialisasi dan berkumpul.<sup>4</sup>

Selanjutnya Khairani menambahkan bahwa dulunya warung kopi yang kebanyakan didirikan di samping mesjid merupakan tempat yang melahirkan sistem kultural yang partisipatorik dan iklim positif dalam kehidupan masyarakat Aceh. Dari tempat ini akhirnya turut serta menanam saham peradaban Islam di Aceh yang

---

<sup>3</sup>Mayoto, Mahdi, 2012, sejarah warung kopi Aceh, <https://pasukanottoman.wordpress.com/2012/06/23/antara-warung-kopi-aceh-dan-ottoman>, diakses tanggal 25 Juni 2018

<sup>4</sup> Khairani, *Pendorong Interaksi Sosial Masyarakat Aceh dalam Warung Kopi*, Jurnal Ilmiah Lentera Volume 14, Nomor 10. Tahun 2014.

tersohor hingga ke seluruh penjuru dunia. Bila azan berkumandang, maka bergegaslah mereka berbondong-bondong ke mesjid. Bila telah datangnya waktu pangajian maka masyarakat Aceh mereka meninggalkan warung kopi menuju tempat pengajian untuk belajar ilmu-ilmu agama dan pengetahuan umum lainnya. Selain itu, Khairani menambahkan bila ada permasalahan-permasalahan maka akan didiskusikan di warung-warung kopi dengan segala etika untuk kemudian akan dibawa ke mesjid jika dirasa didapatnya jalan buntu untuk menyelesaikannya.<sup>5</sup>

Pascatsunami 24 Desember 2004 dan perjanjian damai Helsinki tahun 2005 Banda Aceh dan juga kota-kota lain di pantai timur Aceh, pertumbuhan warung kopi. Jumlah pasti warung kopi itu tidak diketahui, tetapi kita bisa melihat jalan-jalan di Banda Aceh dan beberapa kota lainnya kerap ditemui warung kopi.

Hingga saat ini keberadaan warung kopi Aceh dianggap sangat sentral dan sangat dekat dengan segala aspek di kehidupan masyarakat Aceh. Antara warung kopi dan masyarakat Aceh seakan menjadi sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya. Untuk lebih jelasnya data nama-nama warung kopi dapat dilihat pada bagian lampiran di akhir skripsi ini.

### **C. Pengaruh Tipologi Warung Kopi Terhadap Interaksi Sosial Antara Pelanggan dengan Masyarakat Urban di Kota Banda Aceh**

Warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh ini banyak dijumpai ragam tipenya. Berdasarkan observasi yang penulis adakan di lapangan secara umum warung kopi di Kota Banda Aceh dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu warung kopi tradisional dan warung kopi modern. Dasar pengelompokkan ini ialah fasilitas

---

<sup>5</sup>Khairani, *Pendorong Interaksi Sosial Masyarakat Aceh dalam Warung Kopi*, Jurnal Ilmiah Lentera Volume 14, Nomor 10. Tahun 2014.

yang digunakan. Jika warung kopi tradisional cenderung tidak memanfaatkan jasa wi-fi kepada pelanggannya dan warung kopi tradisional biasanya lebih digemari oleh orang dewasa dan lanjut usia. Sedangkan warung kopi modern sudah menggunakan berbagai fasilitas dan teknologi demi kepentingan para pelanggannya seperti menyediakan jaringan wi-fi serta berbagai minuman dan makanan ringan.<sup>6</sup>

Perbedaan tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh ini tentu telah mempengaruhi pola interaksi pelanggannya. Pengaruh tersebut terlihat dari para pelaku interaksi, permasalahan yang dibahas dalam berinteraksi serta tujuan kedatangan pelanggan ke masing-masing warung kopi tersebut. Berikut beberapa keterangan informan dan pemilik warung kopi yang menggambarkan pengaruh tipologi warung kopi itu sendiri.

Menurut ungkapan Zainuddin salah seorang pelanggan warung kopi tradisional menyatakan bahwa:

Saya datang ke warung kopi Chek Yukee ini hanya sekedar mau minum kopi dan mencari informasi hari ini melalui koran yang disediakan di warung kopi dan bukan membahas yang lain.<sup>7</sup>

Keterangan di atas, didukung juga oleh pernyataan oleh salah seorang pemilik warung kopi tradisional Jasa Ayah Ulee Kareng yaitu bapak H. Muhammad Saman yang mengatakan bahwa:

Pelanggan yang berkunjung ke warung kopi saya ini sejak awal saya buka usaha ini hingga sekarang rata-rata ialah mereka yang berusia di atas 40-50 tahun. Mereka datang ke sini hanya untuk menikmati minuman kopi dan memakan beberapa potongan kue, jadi sangat jarang dan bahkan bisa

---

<sup>6</sup>Hasil Observasi Pada Tanggal 26 Juli 2018

<sup>7</sup>Hasil Wawancara: Zainuddin, Pelanggan Warung Kopi Tradisional Tanggal 26 Juli 2018

dikatakan tidak ada di kalangan pelanggan yang melakukan aktivitas lain di warung kopi ini.<sup>8</sup>

Berdasarkan dua keterangan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tipologi warung kopi tradisional mempengaruhi interaksi sosial masyarakat pelanggannya baik yang berasal dari perkotaan maupun dari masyarakat urban. Artinya masyarakat pelanggan di warung kopi tipe ini cenderung pasif dalam berinteraksi saat berada di warung kopi. Artinya para pengunjung warung kopi tradisional hanya melakukan interaksi secara kebetulan dan tidak ada permasalahan yang dibahas secara khusus, hal ini dikarenakan kedatangan mereka tidak memiliki lawan berinteraksi melainkan seorang diri.

Berbeda dengan pelanggan yang berkunjung ke warung kopi yang tipologinya modern seperti Warung Kopi Zakir, Solong, Rawa Sakti, Dhapu Kupu dan lainnya. Kedatangan para pelanggan rata-rata dari berbagai kalangan yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, ada yang dari kalangan politikus, kaum intelektual, pelajar, pejabat, kalangan pembisnis dan lain sebagainya.<sup>9</sup> Kehadiran para pelanggan yang memiliki latar belakang yang berbeda ini tentu mempengaruhi corak ragam interaksi sosial yang terjadi di warung kopi bergaya modern ini.

Sebagai salah satu contoh yang penulis amati di warung kopi Dhapu Kupu dijumpai bahwa interaksi yang sering terjadi berbentuk kelompok dimana para pelanggan duduk di salah satu meja yang menampung 10 – 15 orang dan bahkan mereka menyatukan meja satu dengan meja lainnya. Setelah duduk berkelompok

---

<sup>8</sup>Hasil Wawancara: Mauna, Pengelola Warung Kopi Chek Yukiee Tanggal 24 Juli 2018

<sup>9</sup>Hasil Observasi Tanggal 27 Juli 2018

mereka mengadakan suatu pembicaraan terkait tujuan pengumpulan anggota kelompok seperti masalah politik dan bisnis.<sup>10</sup>

Pengaruh tipologi terhadap interaksi sosial pelanggan ini juga terlihat di kalangan para pelajar dan mahasiswa yang memiliki tujuan kedatangan mereka ke warung kopi untuk menyelesaikan tugas-tugas sekolah dan kuliahnya. Saat berada di warung kopi para pelajar dan mahasiswa ini sebagian menjumpai temannya dan membahas topik tugas pelajarannya dan bahkan kedatangan mereka di warung kopi juga bertemu dengan dosen untuk melakukan proses konsultasi terkait tugas akhirnya. Bahkan tidak sedikit golongan pelajar ini datang ke warung kopi untuk bermaian internetan, main game dan sebagainya. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Akmal salah seorang mahasiswa FKIP Unsyiah, bahwa:

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah FKIP Unsyiah, kedatangan saya ke warung kopi Zakir ini bertujuan untuk mendapatkan bimbingan skripsi dari dosen pembimbing saya.<sup>11</sup>

Keterangan dari Akmal di atas, menunjukkan bahwa tipologi warung kopi modern ini mempengaruhi interaksi sosial masyarakat pelanggannya terutama atas tujuan apa kedatangan mereka ke warung kopi tersebut. Selain itu masyarakat urban yang berkunjung ke warung kopi modern ini juga telah membawa gaya interaksinya terhadap lawannya berinteraksi, hal ini dikarenakan lawan urban berinteraksi ini kebanyakan dari kalangan yang kehidupan sosialnya juga telah maju. Hal ini sebagaimana keterangan yang dinyatakan oleh Andi salah seorang masyarakat urban yang berkunjung ke warung kopi Solong Premium Beurawe:

---

<sup>10</sup>Hasil Observasi Pada Tanggal 26 Juli 2018

<sup>11</sup>Wawancara: Akmal, Pelanggan Warung Kopi, Tanggal 26 Juli 2018

Saya datang ke warung kopi *Three In One* ini ingin bertemu dengan teman-teman saya dari kalangan pengusaha. Saat bertemu mereka saya agak kaku dalam berbicara karena pembahasan mereka rata-rata terkait pekerjaan yang mereka jalani, sehingga saya kurang nyambung dengan apa yang mereka bahas di warung kopi ini.<sup>12</sup>

Ungkapan dari Faisal didukung oleh pernyataan Saiful salah seorang karyawan Warung Kopi *Three In One* yang mengatakan bahwa:

Di warung kopi tempat kami bekerja ini rata-rata didatangi oleh pelanggan dari kalangan status sosialnya atas. Jadi jika ada yang berasal dari masyarakat pendatang terutama mereka pihak urban, maka akan terlihat jelas interaksinya kaku termasuk saat mereka membayar minumannya kepada pihak kasir. Kekakuan mereka terutama terlihat saat berkomunikasi dengan lawan interaksinya.<sup>13</sup>

Berdasarkan keterangan-keterangan di atas, maka jelaslah bahwa tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh mempengaruhi interaksi sosial di kalangan pelanggannya. Hal ini dikarenakan tujuan dan maksud kedatangan mereka ialah sangat bergantung kondisi dan situasi yang ada di warung kopi tersebut.

#### **D. Pola Interaksi Masyarakat Pelanggan dengan Masyarakat Urban Pada Warung Kopi di Kota Banda Aceh**

Pada bab sebelumnya telah disebutkan bahwa interaksi sosial masyarakat terdiri dari dua bentuk yakni proses sosial asosiatif dan proses sosial disosiatif. Kedua pola ini juga terlihat saat masyarakat pelanggan berinteraksi dengan masyarakat urban serta masyarakat urban dengan para karyawan yang mengelola warung kopi yang bersangkutan. Adapun pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban yang bersifat asosiatif di berbagai warung kopi yang

---

<sup>12</sup>Wawancara: Andi Pelanggan, Tanggal 25 Juli 2018

<sup>13</sup>Wawancara: Saiful, Karyawan Warung Kopi Tri In One, Tanggal 27 Juli 2018

dijadikan lokasi penelitian terlihat dalam bentuk kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi.

Warung kopi sebagai tempat berkumpulnya masyarakat dari berbagai kalangan telah memperlihatkan berbagai pola interaksi di kalangan pengunjung tersebut terutama mereka yang pendatang serta masyarakat yang sudah menjadi pelanggan. Pola interaksi yang sering dijumpai di warung kopi di Kota Banda Aceh ialah kerja sama, bentuk interaksi ini ditandai dengan adanya antara pelanggan dengan masyarakat urban bertemu dan berinteraksi dalam membahas suatu permasalahan tertentu yang tujuannya memperoleh atau mencapai tujuan yang sama. Di warung kopi bentuk interaksi kerja sama yang dilakukan masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban ini terlihat tidak hanya antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, melainkan juga terlihat adanya interaksi antara kelompok dengan kelompok. Keterangan ini sebagaimana diungkapkan oleh Sofyan salah seorang pengunjung warung kopi Rawa Sakti, dinyatakan bahwa:

Saya dan kawan-kawan berasal dari dua organisasi kampus, kami di sini melakukan diskusi dalam rangka mengadakan suatu acara kampus yang tidak bisa kami selesaikan secara individu karena acara yang ingin kami buat tergolong besar yaitu penyambutan mahasiswa baru tahun pelajaran 2018/2019.<sup>14</sup>

Melihat hasil ungkapan Sofyan di atas, maka jelaslah bahwa masyarakat pelanggan yang duduk di warung kopi telah melakukan pola interaksi kerja sama antar kelompok dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi. Pola interaksi kerja sama ini juga terlihat di warung kopi Cut Nun seperti yang diungkapkan oleh Mulyadi, sebagai berikut:

---

<sup>14</sup>Hasil Wawancara: Sofyan, Pelanggan Warung Kopi Tanggal 25 Juli 2018

Saya masyarakat urban minum kopi di warkop Cut Nun ini. Kedatangan saya ke warkop ini ingin bertemu dengan kawan politik saya, dalam rangka membahas pemilu tahun 2019 mendatang. Nikmat tidak henti-hentinya malam ini saya bertemu dengan teman saya ini dan kami telah berdiskusi secara pribadi selama 1 jam di warung kopi Cut Nun ini.<sup>15</sup>

Keterangan di atas juga didukung oleh Eric Irnanda ungkapan salah seorang mahasiswa yang sedang berdiskusi secara individu dengan temannya, dikatakan bahwa:

Saya dan teman saya ini bertemu di warung kopi Zakir ini guna membahas tugas akhir kuliah. Tugas akhir saya belum selesai dan masih banyak coretan dari dosen pembimbing, maka oleh karena itu saya meminta ide-ide dari teman saya di malam ini.<sup>16</sup>

Kedua ungkapan di atas, menjelaskan bahwa telah terjadinya pola interaksi sosial di warung kopi Zakir di Kota Banda Aceh yang bentuknya kerja sama secara individu. Dimana Mulyadi salah seorang urban melakukan diskusi dengan teman politiknya di warung kopi sedangkan Erik Irnanda salah seorang mahasiswa UIN Ar-Raniry melakukan kontak langsung kepada temannya agar diberikan ide-ide terkait tugas akhirnya.

Tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh juga telah memberikan pola interaksi antara masyarakat pelanggan dan urban dengan para karyawan warung kopi tersebut. Pola interaksi lainnya yang terjadi di warung kopi ialah bersifat toleransi dan kompromi yang keduanya masuk pada bagian interaksi yang bersifat akomodatif. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh beberapa informan, yakni sebagai berikut:

---

<sup>15</sup>Hasil Wawancara: Mulyadi, Pelanggan Warung Kopi Tanggal 26 Juli 2018

<sup>16</sup>Hasil Wawancara: Erik Irnanda, Pelanggan Warung Kopi Tanggal 26 Juli 2018

Saya dan teman-teman datang ke warung kopi *Aneuk Kupa* ini untuk menonton pertandingan motor GP, kami memesan minuman yang berbeda-beda ada yang minum kopi, teh dingin, nutrisari, kuku bima pakai susu dan lain-lain. Selain itu kami juga memesan kue dan ada sebagian memesan mie goreng. Namun saat waktu mau bayar, sebagian dari teman-teman saya ada yang tidak cukup uang, tapi kekurangan itu dibayar oleh teman-teman yang lain.<sup>17</sup>

Keterangan dari Zikra Mubarak di atas menggambarkan bahwa adanya sifat toleransi yang terjadi antara pelanggan warung kopi dimana anggota kelompok saling menolong teman-temannya yang tidak cukup biaya minum. Hal di atas juga pernah dialami oleh Rama Iswandi yang mengatakan bahwa:

Kami sering duduk di warung kopi *Star Jazz* terkadang kedatangan kami di warung kopi ini langsung pulang dari tempat kerja, jadi terkadang tidak bawa uang. Namun jika di antara kami tidak terbawa uang, maka salah satu di antara kami yang ada uang pasti akan membayar minuman kami. Begitu juga di waktu yang lain kami saling toleransi satu sama lain.<sup>18</sup>

Berdasarkan kerangan informan di atas, maka sangat jelaslah bahwa masyarakat yang berkunjung di warung kopi yang terdapat di Kota Banda Aceh secara tidak langsung telah melakukan interaksi sosial dalam bentuk akomodasi. Interaksi yang terjadi secara akomodasi ini juga terlihat antara masyarakat pelanggan dan masyarakat urban dengan para karyawan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Imul salah seorang karyawan warung kopi Sada Lampriet, bahwa:

Kami dalam memberikan pelayanan dengan pelanggan terutama mereka yang baru pertama kali berkunjung, berusaha memberikan pelayanan dengan baik seperti menyapa dengan sopan sambil menawarkan minuman apa yang ingin dipesan serta memberikan pelayanan yang memuaskan para pelanggan. Tidak hanya itu, kami juga memberikan keringanan jika ada sebagian pelanggan yang tidak cukup uang saat mau membayar minuman dengan cara memberikan waktu tangguh sampai malam berikutnya. Ini semua kami

---

<sup>17</sup>Hasil Wawancara: Zikra Mubarak, Pelanggan Tanggal 26 Juli 2018

<sup>18</sup>Hasil Wawancara: Rama Iswandi Pelanggan Tanggal 27 Juli 2018

lakukan agar warung kopi Sada Lampriet ini tidak hanya dikenal nama dan makanan serta minuman yang dijual, melainkan juga agar pelanggan puas dengan kinerja karyawannya.<sup>19</sup>

Berdasarkan penjelasan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pola-pola keragaman interaksi sosial di warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh ini sangat ditentukan oleh situasi dan kondisi serta para pelaku yang melakukan hubungan sosial tersebut. Selain itu pola interaksi sosial antara pelanggan dan masyarakat urban serta karyawan ini juga dipengaruhi aspek yang mereka bahas. Begitu juga bentuknya baik interaksi berbentuk kelompok dengan kelompok, individu dengan individu maupun individu dengan kelompok juga sangat dipengaruhi oleh aspek apa yang dibicarakan oleh pelaku interaksi di warung kopi tersebut.

Keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh ini juga telah membawa terjadinya interaksi yang bersifat asimilasi. Artinya warung kopi di Kota Banda Aceh sebagai tempat yang sering dikunjungi masyarakat telah membuat berbagai kalangan masyarakat dari latar belakang budaya yang berbeda melakukan interaksi. Masyarakat yang urban yang duduk di warung kopi rata-rata ialah mereka yang berasal dari pedesaan sedangkan sebagian lagi ialah mereka yang memang berasal dari perkotaan terutama Banda Aceh dan bahkan juga dari daerah perkotaan lainnya.

Adanya interaksi antara masyarakat urban dengan pelanggan yang berasal dari daerah kota ini tentu mengakibatkan suatu dampak satu sama lain, terutama dalam pola komunikasi serta cara penampilan. Dengan terjalinnya interaksi yang terus berkelanjutan mengakibatkan masyarakat urban yang berkunjung ke warung kopi ini akan berusaha meniru gaya penampilan dan komunikasi pelanggan dari

---

<sup>19</sup>Hasil Wawancara: Imul, Karyawan Tanggal 27 Juli 2018

perkotaan. Hal tersebut terbukti dari ungkapan beberapa informan yang berasal dari masyarakat urban, yaitu sebagai berikut:

Interaksi yang terjadi berbagai warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh tidak hanya dalam bentuk asosiatif, melainkan juga berbentuk disosiatif. Pola interaksi yang bersifat disosiatif sering dijumpai dalam bentuk persaingan. Kompetisi di kalangan pelanggan terlihat secara individu secara tidak langsung. Artinya para pelanggan yang datang ke warung kopi terutama untuk memanfaatkan media online baik berupa situs internet dengan bermain facebook, twiter, whatsapp, instagram dan lain sebagainya. Dengan memanfaatkan media sosial ini mereka melakukan kontak sosial secara tidak langsung dengan teman, keluarga dan masyarakat lainnya.

Tidak hanya itu kunjungan pelanggan datang ke warung kopi ialah semata-mata bisa bermain judi online dengan teman-temannya agar mendapatkan kemenangan, mereka bahkan saling taruhan dalam bermain. Keterangan ini dapat dibuktikan oleh ungkapan Robyye Sanjaya salah seorang pengunjung warung kopi NA Coffe Premium Since 2001, bahwa:

Saya datang ke warung kopi ini bertujuan untuk bertemu dengan teman-teman saya untuk main Poker dan Ongkes secara online. Kami bersaing hingga sampai jam 02:00 WIB untuk memperoleh kemenangan.<sup>20</sup>

Berdasarkan ungkapan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa warung kopi tidak hanya sebagai tempat berinteraksi untuk kepentingan politik, pendidikan dan sebagainya, melainkan juga dijadikan oleh pelanggan yang mengunjunginya sebagai tempat persaingan dalam mendapatkan keuntungan.

---

<sup>20</sup>Hasil Wawancara: Robyye Sanjaya, Pelanggan Warung Kopi Tanggal 27 Juli 2018

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

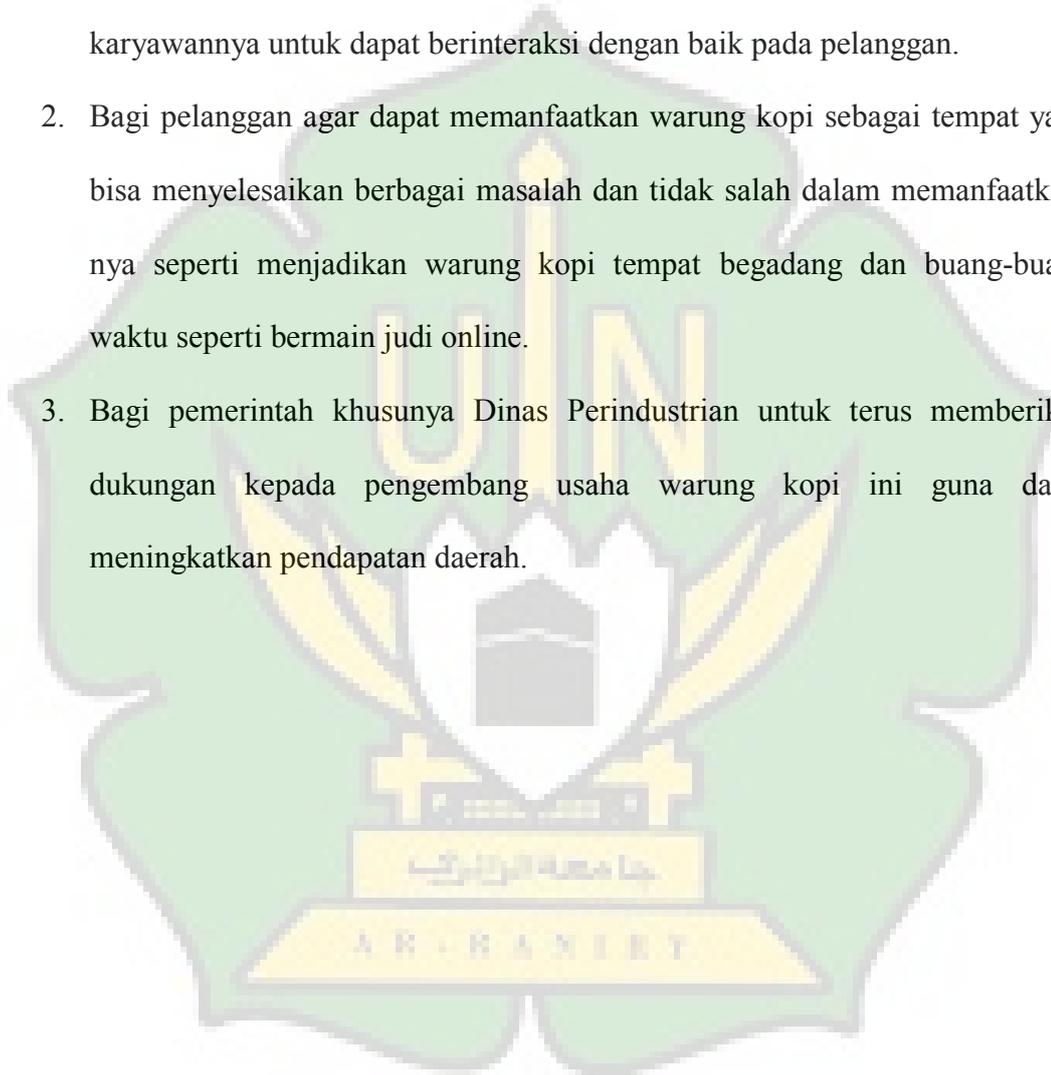
Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tipologi warung kopi di Kota Banda Aceh terdiri dari warung kopi tradisional dan modern. Adanya perbedaan ini telah berpengaruh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban yang mengunjungi masing-masing warung kopi tersebut. Pengaruh ini terlihat dari tujuan kedatangan pelanggan, materi yang didiskusikan dalam berinteraksi serta bentuk pola interkasinya. Jika interaksi di warung kopi tradisional cenderung antar individu sedangkan para warung kopi modern cenderung adanya interaksi antar individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok dan bahkan juga interaksi antar individu.
2. Pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban yang terjadi di warung kopi di Kota Banda Aceh memperlihatkan pola interaksi yang bersifat asosiatif di berbagai warung kopi yang dijadikan lokasi penelitian terlihat dalam bentuk kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Selain itu pola interaksi masyarakat pelanggan dengan masyarakat urban di warung kopi yang terdapat di Kota Banda Aceh juga cenderung bersifat disosiatif bentuk persaingan atau kompetisi. Berbagai pola interaksi ini dilakukan oleh berbagai kelompok yang berkunjung ke warung kopi tersebut seperti kelompok politikus, pembisnis, pengusaha, kaum pelajar/mahasiswa dan lain sebagainya.

## B. Saran-Saran

Agara penelitian ini dapat terealisasikan, maka diajukan beberapa saran yaitu:

1. Bagi pemilik warung kopi agar terus mempertahankan usahanya dengan memenuhi berbagai tuntutan pelanggan serta memperbaiki manajemen kerja karyawannya untuk dapat berinteraksi dengan baik pada pelanggan.
2. Bagi pelanggan agar dapat memanfaatkan warung kopi sebagai tempat yang bisa menyelesaikan berbagai masalah dan tidak salah dalam memanfaatkannya seperti menjadikan warung kopi tempat begadang dan buang-buang waktu seperti bermain judi online.
3. Bagi pemerintah khususnya Dinas Perindustrian untuk terus memberikan dukungan kepada pengembang usaha warung kopi ini guna dapat meningkatkan pendapatan daerah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, *Sosiologi, Skematika, Teori dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara. 2007.
- Achmad Helmy Djawahir, *Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya. 2014.
- Ardietya, *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*, Jurnal Sosiologi Delima Vol. 32, Nomor 1, Surakarta: Universitas Sebelas. 2017.
- Badan Pengembangan Dan Pembina, *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*, Jakarta: Kementrian Dan Pendidikan Budaya. 2016
- Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh. *Indikator Kesejahteraan Masyarakat Kota Banda Aceh 2015/2016*.
- Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2008.
- Bernard, *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka. 2007.
- Bimo Walgito, *Psikologi Kelompok*, Andi Offset. Yogyakarta: 2007.
- Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media. 2011.
- Erik, *Maraknya Warung Kopi Berfasilitas Wifi di Jombang*, Artikel. Diakses tanggal 21 Juli 2018.
- Erwiza Erman. *Dinamika Komunitas Warung Kopi dan Politik Resistensi Di Pulau Belitung*, Vol. 40. No 1. 2014.
- Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003.
- Eko Octa Firmasyah, *Pemanfaatan Warung Kopi Sebagai Ruang Publik di Kota Banda Aceh*, (Skripsi Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada. 2014.
- Faisal, Sanafiah, *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2007.
- Fidagta Khoironi, *“Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi : Analisis Profil Komunitas Warung Kopi Blandongan di Yogyakarta,”* Skripsi Sarjana. Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. 2009.

- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada. 2007.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2006.
- [http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanNurazizi/Papers\(Online\)](http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanNurazizi/Papers(Online)) diakses 01 Juni 2018.
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangngga. 2009.
- Kuswanto dan Siswanto, *Sosiologi*, Solo: Tiga Serangkai. 2003.
- Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta. 2009.
- Lupiyoadi dan A. Hamdan, *Menejeman Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks. 2007.
- Margaret, *Sosiologi Kontemporer*, Jakarta: Rajawali. 2000.
- Meleong, Laxy, *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2006.
- Nasrullah, *Teori-Teori Sosiologi*, Bandung: Widya Padjajaran. 2009.
- Narwawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yokyakarta: Gajah Mada University Press. 2007.
- Nurazizi, *Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen Simulacrum Jean P Baudrilland di Excello Malang*. Skripsi. Malang: Universitas Brwijaya. 2013.
- Narwoko, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, Jakarta: Kencana Praneda Media Group. 2005.
- Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia. 2004.
- Poewardarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depdikbud. 2008.
- Philipus, *Sosiologi dan Politik*, Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Poerwanti, *Kehidupan Sosial Manusia*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2012.
- Robert Lawang, *Buka Materi Pokok Pengantar Sosiologi*, Jakarta: Universitas Terbuka. 2000.
- Saputra, *Kopi. Harmoni*, Yogyakarta, Gharu Ilmu. 2008.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta. 2012.

Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2002.

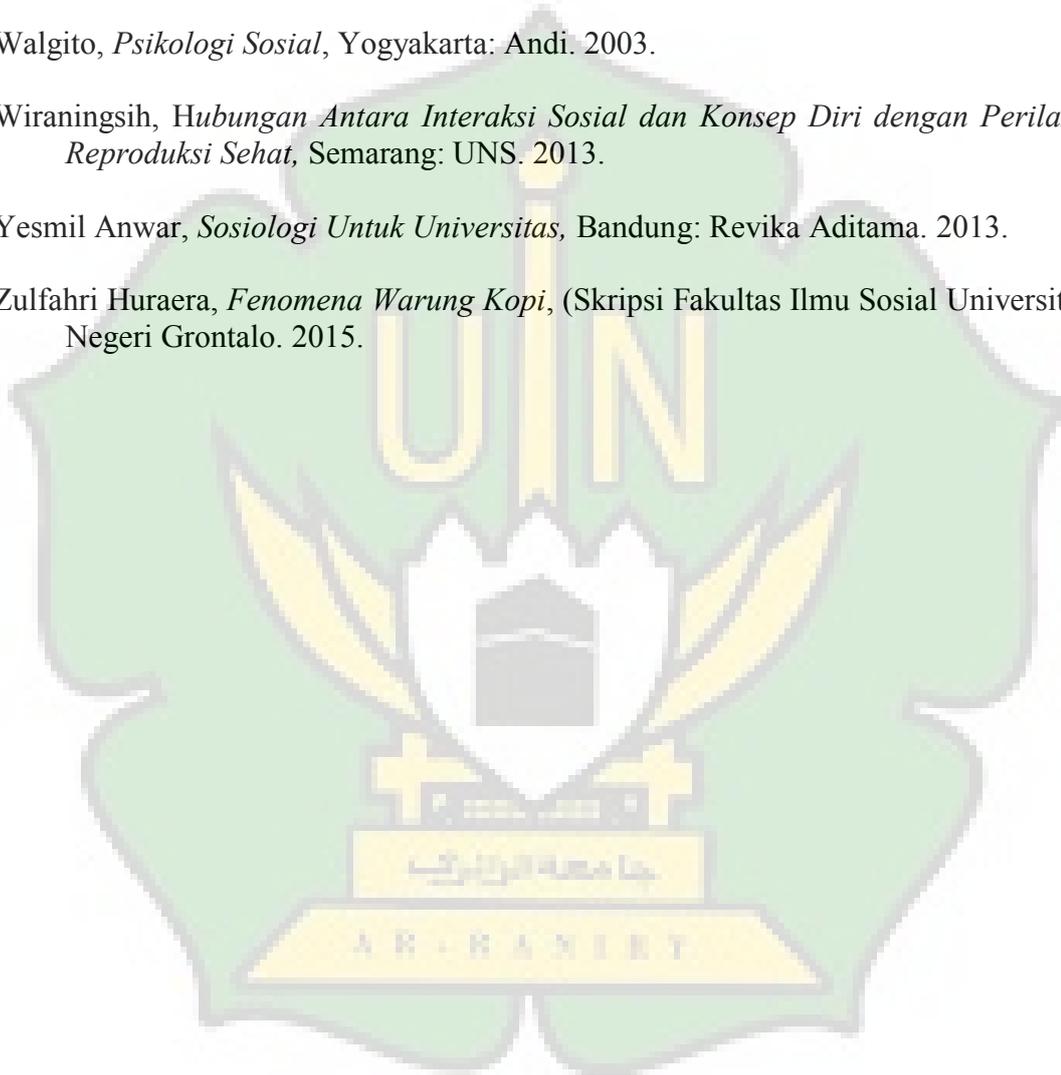
Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Sunan Kalijaga. 2009.

Walgito, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Andi. 2003.

Wiraningsih, *Hubungan Antara Interaksi Sosial dan Konsep Diri dengan Perilaku Reproduksi Sehat*, Semarang: UNS. 2013.

Yesmil Anwar, *Sosiologi Untuk Universitas*, Bandung: Revika Aditama. 2013.

Zulfahri Huraera, *Fenomena Warung Kopi*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Grontalo. 2015.



Lampiran. Nama-Nama Warung Kopi di Kota Banda Aceh

No	Alamat Keberadaan Warung Kopi	Nama-Nama Warung Kopi
1	Simpang Surabaya - Batoh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dhapu Kupi, Persimpangan Simpang Surabaya</li> <li>2. Hasanudin, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan Depan Grand Aceh Pasaraya</li> <li>3. AW Kupi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 14-15</li> <li>4. Paris Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Blang Cut</li> <li>5. Mix-3 Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Magenta</li> <li>6. My Dimsum Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Pante Pirak Pasaraya</li> <li>7. Keude Suki, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping RM Djogja</li> <li>8. Jeep Kupi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Unmuha</li> <li>9. Anola Resto + WiFi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Batoh</li> <li>10. Jalu Gaza, Jl. Amd samping Anola Resto</li> <li>11. Ring Road Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Ayam Kampung</li> <li>12. Kupi Meugeudok, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh</li> <li>13. Tringgadeng, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh</li> <li>14. Chek Yuke MT, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh</li> <li>15. Elcomidate, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Ayam Lepass Terminal Batoh</li> <li>16. Rumoh Aceh Kupi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan showroom Yamaha Batoh</li> <li>17. Nurin Cafe, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Nurin Travel</li> <li>18. Barcelona Kupi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</li> <li>19. ULEE Kupi, Depan KEJATI Aceh</li> <li>20. Friends Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan showroom Suzuki mobil</li> <li>21. STRIDE, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</li> <li>22. Warung Kopi Malawi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Kejaksaan Tinggi</li> <li>23. Vi Ai Pi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan showroom TVS</li> <li>24. Pak Zai, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</li> </ol>

		<p>25. Coffein Real Cafe, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping showroom Yamaha</p> <p>26. Columbia Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping RM Trisa</p> <p>27. Taufik Kopi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 36-37</p> <p>28. Keude Nek Mureh, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Batoh</p> <p>29. Mont Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Zora Doorsmeer</p> <p>30. Pak Sen Cabang 2, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>31. The Olala Cafe, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping toko Berkah</p> <p>32. Tursina Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>33. Zam-Zam Coffee Shop, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 5-6</p> <p>34. Star Jazz, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>35. Black Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>36. F-5 Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 7-8</p> <p>37. Malioboro, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Paris Coffee</p> <p>38. AW, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 34-35</p> <p>39. Galang Indocofie, Samping Kantor Cabang BRI</p> <p>40. Grand aceh Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Grand Aceh Pasaraya</p>
2	Simpang Surabaya - Jambo Tape	<p>1. Gina Warkop, Jl. T. Hasan Dek</p> <p>2. Peusangan Kupa, Jl. T. Hasan Dek samping The Palace Coffee</p> <p>3. The Palace Coffee Cozy Conner, Jl. T. Hasan Dek samping kantor BAF</p> <p>4. R2M Coffee, Jl. T. Hasan Dek samping Blang Rakal</p> <p>5. Warkop Aneuk Muda, Jl. T. Hasan Dek</p>
3	Simpang Surabaya - Tanjung	<p>1. Cafe Assifa, Jl. Tgk Imum Lueng Bata</p> <p>2. Soccer Club, Jl. Tgk. Imum Lueng Bata No. 126</p> <p>3. Lampoh Kupa, Jl. Tgk. Imum Lueng Bata Dan Kopi, Jl. Tgk. Imum Lueng Bata</p>
4	Batoh - Simpang Lambaro	<p>1. Kajiroe Ie Coffee Shop, Jl. Soekarno Hatta</p> <p>2. Alpha Kupa, Jl. Soekarno Hatta depan Meligoe wali Nanggroe</p> <p>3. Warkop Ayah Ahmad, Jl. Soekarno Hatta samping Palung Kayu</p> <p>4. Warkop Adek Naji, Jl. Soekarno Hatta Pasar lambaro</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Meugah Kupi, Jl. Soekarno Hatta Pasar Lambaro</li> <li>6. Enak Rasa, Jl. Soekarno Hatta simpang bundaran Lambaro</li> </ul>
5	Batoh - Keutapang	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. The Montsane, Jl. Soekarno Hatta samping Yamaha Aceh Raya</li> <li>2. Coffee One, Jl. Soekarno Hatta</li> <li>3. Dyan Yuke, Jl. Soekarno Hatta depan Rs. Meuraxa</li> <li>4. Diiya Kupie, Jl. Soekarno Hatta depan The Pade Hotel</li> <li>5. Solong Coffee II, Jl. Soekarno Hatta No. 1</li> <li>6. Classic Coffee, Jl. Soekarno Hatta samping showroom Daihatsu</li> <li>7. Hasan Coffee, Jl. Soekarno Hatta samping Showroom Honda</li> <li>8. Warkop 2D, Jl. Soekarno Hatta No. 100</li> </ul>
6	Peuniti - Neusu	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Rumoh Kupi, Jl. Makam Pahlawan No. 12-13</li> <li>2. Zakir Warkop, Depan pasar Peuniti</li> <li>3. Warisan Kupi, Jl. Nyak Adam Kamil No. 2</li> <li>4. Meuligoe Kupi, Jl. Nyak Adam Kamil</li> <li>5. Rangkang Aulia, Jl. Nyak Adam Kamil</li> <li>6. Datok Kupi, samping Wong Solo Neusu</li> <li>7.</li> </ul>
	Jambo Tape - Syiah Kuala	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. The Real Cafee, depan Pesantren Darul Ulum</li> <li>2. Tower Coffee, Jl. T. Daud Beureueh Belakang KFC Simpang 5</li> <li>3. Yellow Cafe, Jl. T. Daud Beureueh Depan KFC Simpang 5</li> </ul>
8	Jambo Tape - Simpang Tugu Pena	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. House Coffee, Jl. T. Daud Beureueh No.133 samping SMA Negeri 3</li> <li>2. New My Bread &amp; Cafe, Jl. Tgk Daud Beureueh No. 168 samping ShowRoom Honda Lampriet</li> <li>3. Haba Cafe, Jl. T. Daud Beureueh No.170 Samping Wong Solo Lampriet</li> <li>4. NA Coffee, Jl. T. Daud Beureueh depan RSUZA</li> <li>5. Cafe Chocolate, Jln T. Nyak Arief Depan Kuburan Asrama Haji</li> <li>6. Plaza Kupi, Jln T. Nyak Arief samping Jembatan Penyebrangan Jeulingke</li> <li>7. Warkop Jeulingke, Jl . T. Nyak Arief</li> <li>8. Tower One Coffee, Jl . T. Nyak Arief No. 209-210</li> </ul>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Cut Nun Warkop, Jl . T. Nyak Arief samping Bank Aceh</li> <li>10. Kana Kantin Mandiri, Jl . T. Nyak Arief 50 meter setelah PJR Polda Nad</li> <li>11. Mesra Utama Cafe, Jl . T. Nyak Arief simpang Tugu Pena</li> <li>12. Mama Cafe, Jl . T. Nyak Arief samping Kampus Akubank</li> <li>13. Cibiuk Chocolate &amp; Coffee, Jl . T. Nyak Arief depan Kana Kantin Mandiri</li> <li>14. Citra Aroma Resto, Jl . T. Nyak Arief</li> <li>15. Harapan Kupi, Jl . T. Nyak Arief depan Polda NAD</li> <li>16. Falevi Matang Kupi, Jl . T. Nyak Arief depan Polda NAD</li> <li>17. Remember Cafe, Jl T. Daud Beureueh samping RSUZA</li> <li>18. Zakir Warkop, Jl T. Daud Beureueh No. 169 I-I</li> <li>19. D'Rodya Cafee, Jl T. Daud Beureueh samping Mr. Cabe</li> <li>20.</li> </ol>
9	KeutapangSimpangDodik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warkop Ulee Tutu, Jl. Soekarno Hatta</li> <li>2. Warkop Samalanga, Jl. Soekarno Hatta</li> <li>3. MB Kupi, Jl. Soekarno Hatta</li> <li>4. Espresso Coffee, Jl. Soekarno Hatta 50 meter setelah galon simpang Dodik</li> <li>5.</li> </ol>
10	Simpang 5 - Peunayong	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rex, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah Depan Hotel Prapat</li> <li>2. Keude Rencong, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah No. 88</li> <li>3. Pak Nek Cafe, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah</li> </ol>
	Taman Sari - Ulee Lheue - Lam Jamee - Simpang Dodik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Join Kopi, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang Punge</li> <li>2. O'Ziel Kupi, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang Punge</li> <li>3. Warkop Tanjung Pagar, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 3</li> <li>4. Joe Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Indomaret</li> <li>5. PW Coffe, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 107 A</li> <li>6. Warkop Mie Made, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Pegadaian</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Borneo Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang jalan Bahagia</li> <li>8. Depece kupa, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Yamaha ShowroomPunge</li> <li>9. Warkop Ricki, Jl. Sultan Iskandar Muda depan La Home Punge Jurong</li> <li>10. Warkop Aceh Tamiang, Jl. Sultan Iskandar Muda Blang Oi</li> <li>11. Warkop Jal, Jl. Sultan Iskandar Muda didepan mesjid Syeh Abdul Rauf</li> <li>12. Tim Tim Koffie, Jl. Sultan Iskandar Muda disamping mesjid Syeh Abdul Rauf</li> <li>13. O'Ziel Live Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda Ex. Ulee Lheue Coffee</li> <li>14. Kabuji, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Indomaret</li> <li>15. A2 Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda samping showroom KTM</li> <li>16. Meuraxa Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda disamping galon Ulee Lheue</li> <li>17. Coffee Bay, Jl. Sultan Iskandar Muda depan Dinas Kebudayaan dan pariwisata</li> <li>18. Warkop Lamkuta, Jl. Sultan Iskandar Muda</li> <li>19. Ulee Lheue Bay Coffee &amp; Resto, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang bundaran menuju pelabuhan Ulee Lheue</li> <li>20. Piyoh Hay, 50 meter setelah mesjid Baiturrahim</li> <li>21. Pondok Cemara, sebelum waterboom Ulee Lheue</li> <li>22. Assoey Kupa, 50 meter sebelum simpang 4 Lam Jamee</li> <li>23. Classic Kupa, Depan Aspol Lam Jamee</li> <li>24. Alfans, Jl. Abdurrahman No. 43</li> <li>25. The City Coffee, Jl. Abdurrahman No. 6-7</li> </ol>
	Simpang Tugu Pena - Krueng Cut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kantin AMIKI, Jl . T. Nyak Arief depan Kampus AMIKI</li> <li>2. Rawa Sakti Coffee, Jl . T. Nyak Arief depan Pemadam Sektor Timur</li> <li>3. Rumoh Aceh Gayo Kupa, Jl . T. Nyak Arief masuk perumnas Jeulingke</li> <li>4.</li> </ol>
	Simpang Tugu Pena - Darussalam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vazry Kopi, Jl. T. Nyak Arief No. 01</li> <li>2. Alank Kupa, Jl. T. Nyak Arief No. 99</li> <li>3. GR Kupa</li> <li>4. Cafe Mama</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Q &amp; L Coffe</li> <li>6. Transit Cafe</li> <li>7. Rise Up Cafe, Jl. Inong Balee No. 03</li> </ol>
	Simpang BPKP - Beurawe	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lambhuk KUPI</li> <li>2. BBC Coffee</li> <li>3. Solong Premium</li> </ol>
	Simpang BPKP - Lampineung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cut Min Kopi</li> <li>2. Arol KUPI</li> <li>3. 3 In 1 Coffee Shop</li> <li>4. Cut Nun Warkop, Jl. T. Nyak Makam</li> <li>5. The Stone Coffee</li> <li>6. Solong Mini Café</li> <li>7. Hip Burger</li> <li>8. Kantin Smea</li> <li>9. Meutuah Coffee</li> <li>10. Cafe MJ</li> <li>11. Romen Cafe, Jl. T. Nyak Makam</li> <li>12. Nacha Cafe, Jl. T. Nyak Makam No. 100</li> <li>13. CFP Coffee Break</li> <li>14. Arini Cafe</li> </ol>
	Simpang BPKP - Ulee Kareng	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. Sewu, Jl. T. Iskandar simpang Lamteh</li> <li>16. Cafe Sago Lamteh</li> <li>17. C'Man KUPI</li> <li>18. Te_eM KUPI</li> <li>19. Canai Ayah</li> <li>20. Usman Cafe</li> <li>21. Solong Coffee</li> <li>22. Cut Nun KUPI</li> <li>23. Keude Rencong, Jl. T. Iskandar No. 372</li> </ol>

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Banda Aceh, 2018

## DOKUMENTASI



Gambar 1. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Salah Seorang Pelanggan di NA Coffe



Gambar 2. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Beberapa Pelanggan di Zakir Lampriet



Gambar 3. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Pemilik Warung Kopi Dhapu Kupa



Gambar 4. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Pengelola dan Karyawan Zakir



Gambar 5. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Pengelola Warung Kopi Grafik



Gambar 6. Suasana Saat Penulis Mewawancarai Pengelola dan Karyawan Warung Kopi Cheek Yukiee

## **BIODATA**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Iqbal Fazlian  
Tempat/Tgl. Lahir : Desa Kuta Baru, 24 Mei 1995  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Kuta Baru, Kec. Mesjid Raya. Kab Aceh Besar  
No Hp : 085372864834

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

MIN : MIN Negeri PantanLuas  
MTsN : MTsN Sama Dua  
MAN : MAN Tapak Tuan

### **III. RIWAYAT ORANG TUA**

Ayah  
Nama : Masdi  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Tani  
Ibu  
Nama : (Alm) Ernawati  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Banda Aceh, 2 Agustus 2018  
Penulis,

Iqbal Fazlian