

**AKSES PEREMPUAN TERHADAP RUANG PUBLIK
(Studi Kasus *Coffee Shop* di Banda Aceh)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

NUR AZURA

NIM. 190501011

**Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam**



**SEJARAH DAN KEBUDAYAAN ISLAM
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH-DARUSSALAM
2023 M/ 1445H**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh sebagai Salah Satu
Beban Studi Program Sarjana S-1
dalam Ilmu Sejarah Kebudayaan Islam**

Oleh:

NUR AZURA

NIM. 190501011

**Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam**

Diajukan Untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Phil. Abdul Manan, M. Sc., MA
NIP: 197206212003121002

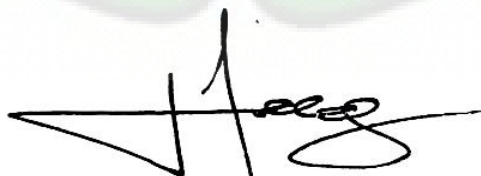
Pembimbing II,



Ikhwan, MA
NIP: 198207272015031002

Mengetahui

Ketua Jurusan/Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam



Hermansyah, M. Th., MA. Hum
NIP: 198005052009011021

SKRIPSI

**Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Dan Diterima Sebagai Salah Satu Bebas Studi Program
Sarjana (S1) di Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam**

**Pada Hari/Tanggal: Rabu/ 26 Juli 2023
Di Darussalam Banda Aceh**

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua



Prof. Dr. Phil. Abdul Manan, M. Sc., MA
NIP. 197206212003121002

Sekretaris



Ikhwan, S.Fil.L., M.A.
NIP. 198207272015031002

Penguji I



Drs. Anwar Daud, M.Hum.
NIP.196212311991011002

Penguji II



Drs. Husaini Husda, M.pd.
NIP. 196404251991011001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh**



Syarwuddin, M.Ag., Ph.D
(Nip. 197001011997031005)

SURAT PENGAKUAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Nur Azura**

NIM : 190501011

Prodi : Sejarah dan Kebudayaan Islam

Judul Skripsi : Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik (Studi Kasus *Coffee Shop* di Banda Aceh)

Mengaku dengan sesungguhnya bahwa karya ini adalah **ASLI** karya saya sendiri, dan jika di kemudian ditemukan pelanggaran-pelanggaran akademik dalam penulisan ini, saya bersedia diberikan sanksi akademik sesuai dengan peraturan dan Undang-Undang yang berlaku.

Banda Aceh, 15 Juli 2023
Yang membuat pengakuan,



METERAI
TEMPEL

68AAKX43932486

Nur Azura

KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT, atas limpah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik (Studi Kasus *Coffee Shop* di Banda Aceh)”. Shalawat dan salam kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW. Serta para sahabat, *tabi'in* dan para ulama yang senantiasa berjalan dalam risalah-Nya yang telah membimbing umat manusia dari alam kebodohan kepada alam pembaharuan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini di ajukan dengan memenuhi persyaratan yang harus dilengkapi dalam rangkaian pembelajaran pada Program Studi Sejarah Kebudayaan Islam di Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah memperoleh banyak sekali ilmu dan bimbingan serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Syarifuddin, M.A, Ph.D selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Hermansyah, M. Th., M.A Hum selaku Ketua Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Prof. Dr. Phil. Abdul Manan, M. Sc., MA dan Ikhwan, MA selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah membantu dan mengarahkan skripsi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada seluruh dosen yang telah mengajarkan, mendidik dan selalu memberikan ilmu pengetahuan selama menjalani perkuliahan di Prodi Sejarah

dan Kebudayaan Islam.

5. Teristimewa penulis ucapkan kepada keluarga tercinta, terutama kepada perempuan hebat dan pahlawan di hidup penulis yaitu kedua orang tua Bapak Tarmizi R dan Ibu Yusnani yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, motivasi, moril, materil serta doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan.
6. Terimakasih penulis ucapkan kepada teman terbaik, Afifa Shahira, Nora Savira, Miryazil Jannah, Zurratul Aini, Qatrunnada Ramadhani, Andara Lestari, Cut Ananda Rizkya, Aika Andriani, Salsabila Faralia, Salsa Billa Alvinda yang setiap hari memberi dukungan agar skripsi ini selesai dengan baik.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Sejarah Kebudayaan Islam UIN Ar-Raniry khususnya letting 19 yang memberi dukungan agar skripsi ini cepat terselesaikan dengan tepat waktu.
8. Semua kebaikan yang telah dilakukan dari setiap pihak sangat berarti bagi penulis. Semoga setiap kebaikan tersebut akan dibalas oleh Allah SWT. Penulis paham bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyampaian maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis membutuhkan saran dan masukan yang bersifat membangun untuk penulisan yang lebih baik lagi kedepannya.

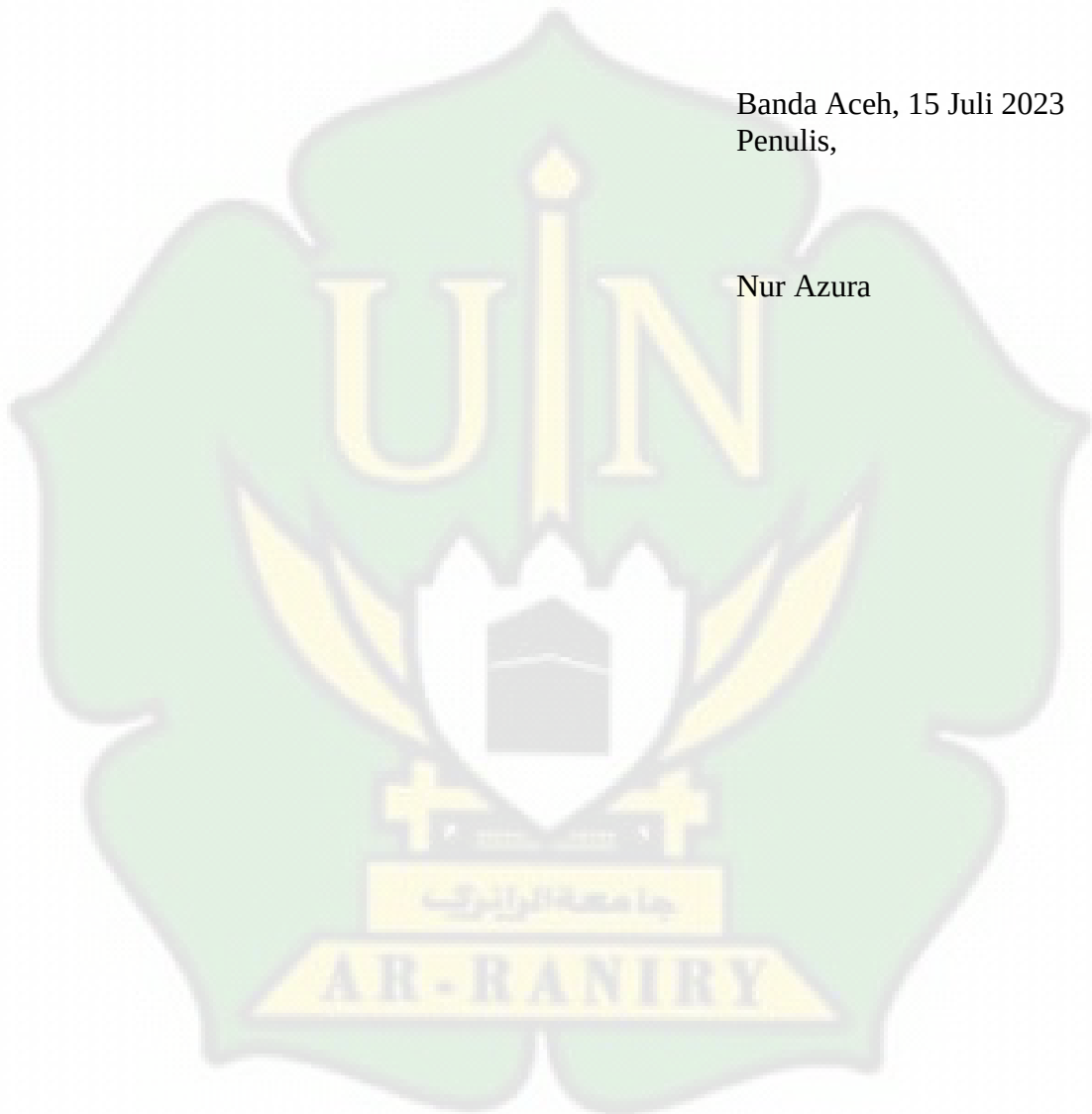
Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat menyadari bahwa banyak sekali kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya, ataupun dalam mendapatkan data. Oleh karena itu penulis sangat berharap kritikan dan saran yang membangun serta memotivasi untuk terus memperbaiki skripsi ini sehingga menjadi suatu bacaan yang sangat layak untuk dibaca dan dipelajari serta dapat berguna sebagai perkembangan ilmu pada masa yang akan datang. Syukur *Alhamdulillah* atas

izin Allah SWT akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan, sesungguhnya kebenaran hanyalah milik Allah SWT semata dan hanya kepada-Nyalah penulis berserah diri semoga Allah SWT membalas semua amal dan jasa mereka yang telah membantu penulis. *Aamiin ya Rabbal'alamin.*

Banda Aceh, 15 Juli 2023

Penulis,

Nur Azura



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK	ix
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Penjelasan Istilah	5
F. Kajian Pustaka	9
G. Metode Penelitian	14
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II: LANDASAN TEORITIS	22
A. Teori Ruang Publik Habermas	22
B. Teori Pergeseran Budaya	25
C. Teori Masyarakat Konsumsi	27
BAB III: AKSES PEREMPUAN TERHADAP RUANG PUBLIK	32
A. Sejarah Pelopor Warung Kopi di Banda Aceh	32
B. <i>Coffee Shop</i> Sebagai Ruang Publik	35
C. Akses Perempuan Terhadap ruang publik di Banda Aceh	46
D. Konsep <i>Coffee Shop</i> yang Ramah Terhadap Perempuan	50
E. Persepsi Masyarakat Banda Aceh Terhadap Keberadaan Perempuan di <i>Coffee Shop</i>	57
BAB IV: PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan tentang Pengangkatan Pembimbing
- Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 : Daftar Wawancara
- Lampiran 5 : Daftar Informan
- Lampiran 6 : Dokumentasi
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Nama/ NIM : Nur Azura/190501011
Fakultas/Prodi : Adab dan Humaniora/Sejarah dan Kebudayaan Islam
Judul : Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik (Studi Kasus *Coffee Shop* di Banda Aceh)
Tanggal Sidang : 26 Juli 2023
Tebal Skripsi : 81 Halaman
Pembimbing I : Prof. Dr. Phil. Abdul Manan, M.Sc., MA
Pembimbing II : Ikhwan, MA

Pergeseran budaya yang terjadi ditengah masyarakat Banda Aceh yang dulunya disebut sebagai warung kopi (*keude kuphi*) dimana mayoritas didalamnya adalah laki-laki, dimana sekarang sudah berubah menjadi *coffee shop* yang pengunjungnya lebih banyak perempuan yang menghabiskan waktu dengan berkumpul di *coffee shop*. Penelitian ini mengkaji bagaimana akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh, konsep *coffee shop* yang ramah terhadap perempuan, dan persepsi masyarakat terhadap keberadaan perempuan di *coffee shop*. Metode penelitian yang digunakan adalah *kualitatif deskriptif* dengan jenis instrument yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh telah diterima, akan tetapi kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi terkait soal waktu kunjungan tidak sampai larut malam kecuali mereka berhadir bersama suami atau keluarga dan pakaian yang di gunakan harus sesuai dengan *Syariat* Islam tidak menampakkan aurat. Konsep *coffee shop* ramah terhadap perempuan yang dapat dimanfaatkan untuk bekerja, membaca, dan produktivitas seperti tempat yang memiliki *desain modern*. *Coffee shop* menjadi tempat favorit bagi perempuan di kota-kota besar. Persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di warung kopi maupun di *Coffee shop* memiliki 2 pandangan yang berbeda, sebagian mengatakan baik dan sebagian lagi mengatakan tidak baik.

Kata Kunci : *Akses, Ruang Publik , dan Coffee Shop*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aceh adalah salah satu Provinsi di Indonesia, yang terletak diujung Utara pulau Sumatera dan merupakan Provinsi paling Barat di Indonesia yang Masyarakatnya tersebar keseluruh pelosok atau wilayah istimewa Aceh seperti Sabang, Banda Aceh, Kabupaten Aceh Besar, Pidie, Aceh Utara, Aceh Timur, Aceh Selatan, dan Aceh Barat. Provinsi Aceh memiliki 23 Kabupaten yang ibu kotanya berada di Banda Aceh. Aceh yang terkenal dengan Nanggroe Aceh Darussalam merupakan suku pribumi yang memiliki akar sejarah istimewa bagi Indonesia, Aceh juga mendapat julukan Serambi Mekkah, hal ini dikarenakan Aceh memiliki nilai ideologis Islam yang melekat dan begitu kental dalam kehidupan masyarakatnya.

Selain itu Aceh juga memiliki banyak budaya khas, adat istiadat, dan tradisi, mulai dari bahasa yang digunakan, pakaian adat, berbagai macam jenis tari-tarian, dan rumah adat, dan berbagai macam jenis makanan khas dan minuman seperti kopi yang masih dilestarikan sampai saat ini. Kebudayaan-kebudayaan daerah yang ada di Aceh merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat Aceh secara menyeluruh. Sebagai warisan leluhur yang selalu melekat dan dilestarikan secara turun temurun, hal ini terjadi juga kepada kebiasaan-kebiasaan masyarakat Aceh terhadap budaya minum kopi seolah sudah

menjadi tradisi yang tidak dapat dipisahkan dari keseharian masyarakat Aceh baik di Kampung maupun di Kota.

Sebagai daerah yang banyak dengan kopi serta banyak ditemukan warung kopi di Aceh. Namun itu semua hanya terbatas bagi kaum laki-laki dewasa saja atau mahasiswa. Perubahan budaya yang terjadi di tengah masyarakat Banda Aceh, dimana fungsi warung kopi telah berubah yang awalnya hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi lalu berubah menjadi tempat untuk saling berinteraksi satu sama lain. Masyarakat yang melakukan kebiasaan ngopi, mengisi waktu mereka dengan berbagai aktivitas seperti berbincang-bincang dan saling bertukar pendapat terkait suatu topik yang dibahas dengan rekan kelompok satu mejanya. Budaya di warung kopi (*keude kuphi*) terus berkembang dan sangat diminati oleh masyarakat di Banda Aceh.

Pergeseran budaya yang terjadi ditengah masyarakat Aceh khususnya di Banda Aceh yang dulunya disebut sebagai warung kopi (*keude kuphi*) dimana mayoritas didalamnya adalah laki-laki dan jarang sekali terdapat kaum perempuan yang mengunjungi bahkan hampir tidak ada, dimana sekarang sudah berubah menjadi *coffee shop* yang pengunjungnya bahkan lebih banyak perempuan dan sangat diminati oleh perempuan yang menghabiskan waktu dengan berkumpul. Penulisan ini juga menemukan bahwa perubahan sosial dan budaya melalui *coffee Shop*, memiliki dampak positif dan negatif.

Dampak negatif yaitu berubahnya nilai budaya yang berupa sifat

individual dan gaya hidup yang *modern*. Dampak positifnya yaitu kemudahan dalam memperoleh ilmu dan informasi, tanpa memandang perbedaan jenis kelamin. Temuan lain dari penulisan ini bahwa persepsi masyarakat yang mengatakan perubahan merupakan sebuah wujud dari adanya tindakan perempuan di *coffee shop*. Dalam adat budaya Aceh, perempuan memiliki batasan gerak ruang dan tempat, namun pergeseran terjadi ketika perempuan menempati ruang laki-laki, dalam arti sebagai pengunjung warung kopi. Perilaku tersebut biasa melakukan hubungan sosial dengan tetap menjaga batas kesopanan dan kenyamanan bersama.

Masyarakat akan menilai ketika sebuah ruang perilaku merujuk pada perubahan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat Aceh. *Coffee shop* dapat dikatakan sebagai Ruang Publik yang dapat diakses dan digunakan oleh masyarakat Banda Aceh khususnya perempuan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melihat berapa besar pengaruh budaya populer ngopi dan komunikasi terhadap keterbukaan *caffee shop* yang menjadi akses bagi perempuan terhadap Ruang Publik di kota Banda Aceh.

Dilihat dari fenomena di atas yang memiliki banyak permasalahan terhadap akses perempuan yang berada di ruang publik seperti *coffee shop*, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“AKSES PEREMPUAN TERHADAP RUANG PUBLIK (STUDI KASUS COFFEE SHOP DI BANDA ACEH)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, agar pembahasan dalam penulisan ini lebih terarah dan terfokus, maka dirumuskan sebagai berikut :

- A. Bagaimana akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh ?
- B. Bagaimana konsep *coffee shop* yang ramah terhadap perempuan ?
- C. Bagaimana persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di *coffee Shop* ?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

- A. Untuk mengetahui akses perempuan terhadap ruang publik (Studi Kasus *coffee Shop* di Banda Aceh).
- B. Untuk mengetahui konsep *coffee shop* yang ramah terhadap perempuan.
- C. Untuk mengetahui persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap akses perempuan di ruang publik (studi kasus *coffee shop* di Banda Aceh).

D. Manfaat Penelitian

Pada penulisan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, adapun manfaat dari penulisan ini ialah:

A. Manfaat Teoritis

Hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai ilmu yang berguna dalam mengembangkan pengetahuan tentang *gender* perempuan dan akses perempuan di ruang publik ini serta dapat menjaga kehormatan perempuan walaupun akses di ruang publik mulai terbuka.

B. Manfaat Praktis

Hasil penulisan ini diharapkan mampu untuk memberikan pengetahuan baru bagi mahasiswa, akademis, penulis serta dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi atau bahan referensi berkaitan dengan akses perempuan di ruang publik (studi kasus di *coffee shop* Banda Aceh).

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman bagi para pembaca, maka dengan itu penulis perlu untuk memberikan penjelasan terhadap beberapa istilah kunci yang terdapat didalamnya. Istilah-istilah tersebut yaitu:

A. Perempuan

Perempuan adalah istilah untuk jenis kelamin manusia yang berbeda dengan laki-laki. Dalam bahasa Sansekerta kata perempuan diambil dari kata perempuan. *Per* memiliki arti mahluk, dan *empu* yang berarti mulia, *tuan* berarti mahir. Dengan demikian perempuan bisa dimaknai sebagai mahluk yang memiliki kemuliaan atau kemampuan.¹

¹*Kamus Besar Bahasa Indonesia* oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Istilah "perempuan" umumnya digunakan untuk manusia segala umur. Sebutan umum untuk orang dewasa berjenis kelamin perempuan disebut wanita. Sementara itu, istilah untuk anak-anak yang berjenis kelamin perempuan disebut "anak perempuan", "cewek", atau "gadis". Di Indonesia, sapaan yang lebih sopan ataupun panggilan untuk wanita yang dihormati atau yang lebih tua adalah "ibu", atau sapaan-sapaan lainnya menurut bahasa daerah masing-masing wilayah.²

B. Ruang Publik

Mengacu pada *Oxford English Dictionary*, kata "publik" merupakan lawan kata "privat". Publik sendiri memiliki arti terbuka dan terbagi untuk siapa saja. Ruang publik merupakan ruang yang dapat dicapai oleh siapa saja pada waktu kapan saja dan tanggung jawab pemeliharannya adalah kolektif.³

Tingkat interaksi manusia yang terjadi pada ruang publik sangat tinggi. Menurut sifatnya, ruang publik terbagi menjadi dua,⁴ yaitu :

1. Ruang publik tertutup

Ruang publik tertutup yaitu ruang publik yang terdapat di dalam bangunan. Ruang ini terkadang tidak selamanya dapat didefinisikan secara umum menurut pengertian ruang publik, karena pada waktu-waktu tertentu ruang ini tidak dapat diakses

²Marfu'ah, Siti; Fernandez, Wahyubinara. "Perempuan atau Wanita? Makna Perjuangan di Balik Kata". RMI, 2019. Diakses tanggal 24 Oktober 2022.

³Joyce Marcella Laurens, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*, (Jakarta : Grasindo, 2004), hlm. 108.

⁴Deazaskia Prihutami, *Ruang Publik Yang Berhasil*, Skripsi Program Studi Arsitektur FTUI, 2008, hlm. 8.

Contohnya antara lain mal, perpustakaan, ruang tunggu dan lain-lain.

2. Ruang publik terbuka

Ruang publik terbuka yaitu ruang publik yang terdapat di luar bangunan. Ruang terbuka merupakan suatu kawasan yang dapat digunakan sehari-hari maupun mingguan dan harus dapat memfasilitasi aktivitas para penggunanya serta tetap terhubung secara langsung atau berinteraksi dengan pengguna lain. Contohnya antara lain : jalan, jalur pedestrian, taman, plaza, lapangan olahraga, dan lain-lain.

3. *Coffee shop*

Coffee shop ialah tempat yang sangat mudah untuk dijumpai di hampir setiap kota di Banda Aceh. Kebiasaan minum kopi untuk mengisi waktu luang yang biasa dilakukan oleh kaum laki-laki, namun hal tersebut untuk saat ini menjadi gaya hidup dan kebiasaan bagi kaum perempuan. Saat ini *coffee shop* memang seringkali dijadikan sebagai tempat berdiskusi, bertukar pikiran maupun hanya tempat untuk menghilangkan penat sehari-hari. Namun beberapa *coffee shop* yang ada di Banda Aceh saat ini seakan beralih dijadikan ruang publik bagi masyarakat di Banda Aceh khususnya perempuan.

Karena *coffee shop* dirasa berbeda dan memiliki karakteristik tersendiri bagi setiap pengunjungnya khususnya

perempuan, dibandingkan dengan tempat-tempat ruang publik lainnya. Di *coffee shop* pengunjung seolah memasuki dunianya sendiri yang terlepas dari dunia luar yang tidak terikat dengan ruang dan waktu, serta tidak terikat dengan norma dan status kedudukan yang melatarinya. *Coffee shop* adalah tempat meleburnya semua aksesoris-aksesoris yang melebeli setiap individu.

Pada dasarnya, kegemaran berkumpul di sebuah *coffee shop* sudah menjadi hal yang lumrah atau wajar. Dikatakan lumrah karena memang sifat manusia yang memang makhluk sosial. Bahkan kegiatan berkumpul di *coffee shop* saat ini sudah menjadi suatu kebiasaan masyarakat. Saat ini *coffee shop* sudah banyak memberikan fasilitas layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial. *Coffee shop* dilihat memberi ruang anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berdiskusi, menulis, membaca, bercanda hingga membuang waktu, baik secara individu maupun berkelompok.

Terciptanya ruang publik dalam kehidupan bermasyarakat bisa dimana saja, seperti Toko Kopi Kiri, *coffee shop* satu ini merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di kota Banda Aceh dan kebanyakan dikunjungi oleh perempuan.

Dari suatu pengamatan budaya, *coffee shop* atau warung kopi dapat dilihat sebagai pusat interaksi sosial; warung kopi memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama

lain, atau menghabiskan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Hal ini dapat ditemukan pada masyarakat Aceh yang warung kopinya disebut dengan “*keude kupi*”, bahkan Aceh di kenal dengan kota seribu warung kopi.

F. Kajian Pustaka

Penulisan ini merupakan kajian ruang publik yang membahas tentang akses perempuan terhadap ruang publik (studi kasus *coffee shop* di Banda Aceh). Pada penulisan ini membutuhkan dukungan hasil penulisan sebelumnya seperti: jurnal, artikel, dan lain jenisnya yang memiliki kesamaan atau keterkaitan dengan objek kajian penulis. Penulisan tentang akses perempuan terhadap ruang publik bukanlah penulisan yang jarang ditemukan. Penulisan yang berkaitan dengan akses perempuan di ruang public antara lain sebagai berikut :

Pertama, Skripsi Silmi Habibie dengan judul “Perlindungan Tenaga Kerja Wanita Pada *coffee shop* Di Wilayah Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Akad *Ijarah ‘Ala Al-Amal* (Suatu Penulisan di *coffee shop* Kecamatan Syiah Kuala)”, Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2022. Skripsi ini membahas mengenai Perlindungan tenaga kerja wanita pada *coffee shop* di wilayah Kota Banda Aceh dalam perspektif akad *ijarah ala al-amal* yang lebih membahas kepada pembahasan Tenaga kerja perempuan yang bekerja di beberapa *coffee shop* yang ada di Banda Aceh, bagaimana bentuk penetapan jadwal kerja yang ditetapkan oleh *coffee shop* di wilayah Syiah Kuala Kota Banda

Aceh, dan bagaimana upaya manajemen *coffee shop* untuk memproteksi tenaga kerja wanita di jam kerja dan setelah jam kerja. Jenis penelitian yang digunakan yaitu *kualitatif* dengan pendekatan *deskriptif*, sumber data diperoleh dengan *library research* dan *field research*, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Adapun perbedaan dengan yang akan penulis teliti adalah mengenai Akses perempuan terhadap ruang publik (studi kasus *coffee shop* di Banda Aceh).⁵

Kedua, tulisan oleh Siti Aisyah dengan judul “Peran Perempuan dalam masyarakat di Aceh (studi kasus terhadap pandangan aktivis pusat studi wanita UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”. Skripsi S1 Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2018. Kajian ini membahas tentang peran perempuan sebenarnya tidak hanya terbatas pada ranah domestik saja, tetapi perempuan dapat berperan di ranah publik. Perempuan akan membawa manfaat besar bagi masyarakat dan terutama bagi keluarganya, untuk membantu perekonomian keluarganya. Penulisan ini menggunakan pendekatan *deskriptif* analisis dan mengikuti model penulisan lapangan (*field research*). Adapun perbedaan dengan yang akan penulis teliti adalah mengenai akses perempuan terhadap ruang publik (studi kasus *coffee shop* di Banda Aceh).⁶

Ketiga, Skripsi Elsa Ramadayanti dengan judul “Strategi

⁵Silmi Habibie, *Perlindungan Tenaga Kerja Wanita Pada Coffee Shop Di wilayah Kota Banda Aceh dalam Perspektif Akad Ijârah ‘Ala Al-‘amal (Suatu Penelitian Di Coffee Shop Kecamatan Syiah Kuala)*, Skripsi, Universitas Islam Ar-raniry Banda Aceh, 2022, hlm. V.

⁶Siti Aisyah, *Peran Perempuan Dalam Masyarakat Di Aceh (Studi kasus terhadap pandangan aktifis pusat studi wanita Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*, Skripsi, Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2018, hlm. V.

pengembangan *breaktime coffee shop* Banda Aceh pasca covid-19 dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam”. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh tahun 2022. Kajian ini untuk mengetahui strategi pengembangan *coffee shop* pasca Covid-19 terhadap kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam studi pada *Breaktime coffee shop* Banda Aceh. Data diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, manajer, suvervisor dan karyawan *Breaktime coffee shop* Banda Aceh dan akademisi. Penulisan menggunakan metode *kualitatif* dengan analisis *deskriptif* hasil wawancara. Sedangkan pada penulisan ini, penulis mengangkat tema perihal Akses perempuan terhadap ruang publik (studi kasus *coffee shop* di Banda Aceh).⁷

Keempat, Penulisan dari Irwanti Said (2017), Penulisan ini berjudul “warung kopi dan gaya hidup *modern*”. Kegunaan penulisan ini adalah untuk mengetahui pola Interaksi sosial warung kopi merefleksikan sebuah gaya hidup di Kota Makassar. Melihat pola perilaku seseorang terhadap gaya hidup itu sangatlah kompleks banyak yang beranggapan bahwa gaya hidup ditujukan bukan hanya dari simbol misalnya minum kopi ditempat yang mewah. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa warung kopi sebagai simbol gaya hidup kemudian warung kopi sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi dan warung kopi menjadi tempat kerja (Ngantor). Implikasi dari penulisan ini adalah dapat memberikan kontribusi bagi penikmat kopi

⁷Elsa Ramadayanti, *Strategi pengembangan breaktime Coffee Shop Banda Aceh pasca covid-19 dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022, hlm. XV.

mengenai filosofi ngopi. Penulisan ini menggunakan metode *kualitatif interpretatif* yang berguna untuk mengungkapkan dan memaparkan situasi yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Jadi penulisan ini lebih menekankan pada untuk mengetahui dan memahami fenomena warung kopi dan gaya hidup masyarakat modern.⁸

Kelima, Ada penulisan dari Grace Setiati dkk (2015), penulisan yang berjudul Gender Dan Place Attachment pada *coffee shop* di Bandung. Penulisan ini mengungkapkan *coffee shop* yang mampu menghadirkan suasana yang nyaman tetapi juga kopi yang sangat beragam. Menu yang ditawarkan pun sangat unik bahkan kopi yang untuk laki-laki dan perempuan saja dibedakan hal ini yang membuat menarik untuk dikaji oleh penulis. Penulis menemukan beberapa fakta bahwa *coffee shop* tersebut ingin memberikan kesan kepada konsumen yaitu keunikan dan ciri khas tersendiri jadi pembeli mudah mengingat dan mudah mengenal. *Place Attachment* ini yang dimaksud penulis seberapa kompleks pengunjung dapat terpengaruh suasana didalam *coffee shop* tersebut. *coffee shop* dan interaksi sosial yang ada didalamnya akan menimbulkan *Place Attachment*.⁹

Keenam, dari penulisan yang dilakukan oleh Rani Sartika (2017). Dalam Jurnalnya yang berjudul “Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjung pinang”. Masalah penulisan ini mengenai

⁸Irwanti Said. “*warung kopi dan gaya hidup modern*”, Jurnal Al-Khitabah Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar (2017).

⁹Grace Setiati, Imam Santosa, Achmad Syarief. *Gender dan Place Attachment pada Coffee Shop di Bandung*. Jurnal Magister Desain, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Teknologi Bandung. (2015).

bagaimana pergeseran budaya ngopi dikalangan generasi muda kota Tanjung pinang terlebih di era modern sekarang ini. Metodologi penulisan yang dipakai *kualitatif deskriptif*, dan data primer diperoleh melalui wawancara pada pihak-pihak yang dipilih sebagai sumber informasi. Hasil penulisan tersebut dapat disimpulkan bahwa fungsi kedai kopi mengalami pergeseran dari nilai guna (*use value*) mengarah pada nilai tanda (*sign value*). Semula orang pergi ke kedai kopi guna mendapatkan secangkir kopi. Tapi kini telah bergeser ke arah kepentingan yang lain seperti prestise, status sosial, tempat yang romantis, *hostspot*-an, nonton bola, main *game online* dan sebagainya. Sehingga penulisan ini menemukan titik temunya. Pergeseran budaya ngopi dan pola pergeseran budaya ngopi di kota Tanjung Pinang sangat jelas terasa di kedai kopi.¹⁰

Ketujuh, Penulisan Elly Herlyana (2012), Penulisan yang dilakukan oleh Elly Herlyana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam jurnalnya yang berjudul “ Fenomena *coffee shop* sebagai Gejala Gaya Hidup Baru bagi Kaum Muda”. Masalah penulisan berkaitan bagaimana menjamurnya *coffee shop* itu dijadikan tempat kaum muda untuk nongkrong dan berkumpul bersama teman- temannya sehingga menciptakan gejala gaya hidup yang baru bagi kaum muda di daerah Yogyakarta. Adapun metode penulisan berupa studi kajian berdasarkan teori perkembangan dan akhlak Islam. Hasil penulisan yang dilakukan menunjukan bahwa karakteristik remaja yang cenderung *impulsif*, senang

¹⁰Rani Sartika. *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang*. Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji (2017).

menjadi pusat perhatian, ikut-ikutan dan peka terhadap inovasi-inovasi baru yang menjadi pendukung kecenderungan gaya hidup *hedonis*. Gaya hidup seperti ini merupakan wujud ekspresi dari perilaku *eksperimental* yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu yang baru. Gejala *coffe shop* sebagai gaya hidup di kalangan remaja disebabkan banyak faktor baik psikologis maupun sosial. Sepanjang tidak menjurus kepada *hedonisme*, gejala itu dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para remaja terhadap keadaan dan tuntutan hasrat dirinya. Akhlak Islam amat penting dalam menjaga remaja agar terhindar dari segala perilaku dan kecenderungan kepada *hedonisme* yang merugikan.¹¹

G. Metode Penelitian

a. Jenis Penulisan

Penulisan mengenai akses perempuan terhadap ruang publik menggunakan pendekatan *kualitatif* dengan jenis penulisan *deskriptif* (*Descriptive research*). Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah penulisan *kualitatif* adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi alamiah.¹² Jenis penulisan *deskriptif kualitatif* adalah penulisan yang bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek, atau

¹¹Elly Herlyana. "Fenomena *coffee shop* sebagai Gejala Gaya Hidup Baru bagi Kaum Muda", Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012).

¹²Punaji Setyosari, *Metode Penelitian dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 33.

segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel-variabel yang dijelaskan dengan angka maupun kata-kata.¹³

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Banda Aceh, Provinsi Aceh. Adapun alasan penulis mengambil lokasi penulisan di daerah tersebut karena Banda Aceh salah satu kota madya yang padat dengan penduduknya, dimana Banda Aceh menjadi Ibukota Provinsi, bahkan para muda-mudi banyak yang belajar dan merantau ke Banda Aceh untuk berkarir. Banda Aceh salah satu kawasan yang begitu banyak dipenuhi oleh *Coffee Shop*.

c. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian *kualitatif* terdiri dari sumber kata-kata, tindakan dan sumber tertulis.¹⁴

1. Sumber kata-kata dan tindakan

Sumber kata dan tindakanya itu, sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dengan hasil wawancara (mewawancarai beberapa tokoh perempuan di Banda Aceh, dan pengunjung *coffee shop* di Banda Aceh dalam hal ini perempuan).

2. Sumber Tertulis

Sumber tertulis ini merupakan sebagai data pendukung yang dikumpulkan, kemudian diolah dan disajikan dari sumber-sumber data ini berupa buku-buku yang didapatkan dari Perpustakaan UIN Ar-raniry,

¹³Djama'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.39.

¹⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2011), hlm. 157.

Perpustakaan Wilayah Banda Aceh, Perpustakaan Adab dan Humaniora juga dari jurnal, karya ilmiah serta buku yang didapatkan melalui internet (*google scholar, Z-Library*).

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penulisan adalah mendapatkan data. Teknik ini merupakan ciri khas dari penulisan *kualitatif*. Berikut ini ada 3 teknik dalam mendapatkan data dengan sesuai ialah:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik yang banyak dilakukan dalam sebuah penelitian *kuantitatif* maupun *kualitatif*. Observasi metode yang diartikan sebagai pengamatan terencana terhadap fenomena-fenomena yang terjadi. Data yang diperoleh dari observasi berasal dari sumber data yang berupa objek, kondisi tertentu, proses tertentu, atau perilaku orang tertentu. Tujuan dari pengumpulan data dengan observasi ini biasanya untuk menjelaskan atas perilaku atau frekuensi atas suatu kejadian.

Pada penulisan ini penulis menggunakan jenis observasi *non participant*. Observasi *non participant* yaitu penulis hanya sebagai pengamat subjek penulisan tanpa terlibat langsung. Dalam teknik observasi ini penulis menyaksikan langsung pengunjung *coffee shop* yang di dominasi oleh perempuan di Kota Banda Aceh.¹⁵

¹⁵Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 40

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk mendeskripsikan orang, kegiatan atau bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Wawancara merupakan *interview* bebas antar penanya dan orang yang menjawab apa saja yang menjadi topik terkait dengan data-data yang diperlukan.¹⁶ Pada penelitian ini penulis mewawancarai dari berbagai kalangan mulai dari remaja, mahasiswa/mahasiswi, orangtua, akademisi, budayawan, dan tokoh agama.

Proses wawancara ini dilakukan untuk memperoleh hasil data yang lebih lengkap tetapi pertanyaan tetap merujuk pada poin penting untuk menjawab rumusan penulisan. Objek penulisan penulis pemilik *coffee shop* di Banda Aceh dan perempuan sebagai pengunjung *Coffee Shop* di Banda Aceh.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan penulis dalam melakukan pengambilan data lapangan untuk memperoleh informasi, berupa mengambil gambar atau foto, video serta merekam suara, selain itu juga berupa pengumpulan dokumen dan data data yang diperlukan dalam permasalahan penulis lalu ditelaah secara mendalam sehingga mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian terhadap fakta yang telah ditemukan. Yaitu berupa catatan, transkrip, buku-buku, jurnal, dan hal lain yang berkaitan

¹⁶Djam'an, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2011), hlm. 129.

dengan topik penulisan penulis. Dokumentasi ini merupakan pelengkap dari wawancara dan observasi sehingga data yang dibutuhkan terpenuhi.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.¹⁷ Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lain, sehingga lebih mudah dipahami dan dibagikan hasilnya kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan menjadi unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting, dan yang akan di pelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah di fahami oleh diri sendiri maupun orang slain.

Adapun teknik analisis data *kualitatif* terdiri dari tiga tahapan yang saling berkaitan satu sama lain yaitu, reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono ada tiga tahapan dalam analisis data *kualitatif* yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir yang sensitif yang membutuhkan kecerdasan dan wawasan yang luas. Bagi seorang penulis baru, bicarakan dengan teman dan orang lain yang dianggap ahli saat melakukan reduksi data melalui diskusi ini,

¹⁷Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), hlm. 133

Wawasan Penulis dapat dikembangkan dan data wawasan yang signifikan dan nilai pengembangan teoritis dapat dikurangi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih yang paling penting, memfokuskan pada yang penting, dan mencari tema dan pola yang sesuai dengan data yang dibutuhkan penulis. Reduksi data membuat gambaran besar lebih jelas dan memudahkan penulis untuk menemukan dan mengumpulkan lebih banyak data. Penulis kemudian memfokuskan, mengklasifikasikan, dan mengorganisasikan data tersebut sehingga dapat diinterpretasikan.¹⁸

Dalam penulisan ini menggunakan data dari wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari informasi utama yaitu dari pemilik *coffee shop* dan pengunjung *coffee shop* dalam hal ini perempuan di Banda Aceh secara sistematis untuk memperoleh gambaran yang jelas dengan tujuan penulis.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah *mendisplaykan* data. Dalam penulisan *kualitatif*, penyajian data dapat berupa penjelasan singkat. *Mendisplaykan* data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan memungkinkan untuk merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan pemahaman. Dalam penulisan ini, data biasanya berupa penjelasan singkat, pengumpulan informasi terstruktur, memberikan kesempatan kepada penulis untuk menarik kesimpulan dan mengambil

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.338.

tindakan untuk membantu mengembangkan data penulisan.¹⁹

Berdasarkan penjelasan di atas maka pada penulisan ini data yang sudah disusun secara sistematis pada tahap reduksi data, kemudian dikelompokkan sesuai dengan permasalahan sehingga penulis dapat mengambil kesimpulan terhadap akses perempuan terhadap ruang publik (studi pada *coffee shop* di Banda Aceh).

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data-data harus dibaca secara teliti terlebih dahulu untuk mengetahui apakah telah benar atau masih ada hal-hal yang diragukan mengenai jawaban dari informan, pembaca dan tulisan, pertanyaan pertama dengan lainnya harus disesuaikan, keseragaman dalam menyatukan data dan relevansi jawaban. Kemudian dilakukannya keesahan data dan dilanjutkan dengan menarik kesimpulan dari hasil penulisan yang diperoleh oleh penulis di lapangan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara umum pada penulisan ini, maka di perlukan sebuah sistematika penulisan. Sistematika penulisan dapat menjelaskan dan memberikan gambaran bagaimana kronologi tulisan ini, adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bab I merupakan bab pendahuluan yaitu pada bagian pendahuluan ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*..., hlm. 341.

penulisan, penjelasan istilah, kajian pustaka, serta metode penulisan dan juga sistematika penulisan.

2. Bab II penulis membahas mengenai landasan teoritis terdiri dari Reori Ruang Publik Habermas, teori pengesahan budaya, dan teori masyarakat konsumsi.
3. Bab III penulis membahas tentang perempuan dan ruang publik, *coffee shop* di Banda Aceh, dan Akses Perempuan di Banda Aceh terhadap ruang publik di *coffee shop*.
4. Bab IV merupakan penutup pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran bagi pembaca yaitu kesimpulan yang dirangkum berdasarkan hasil penulisan dan saran berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak-pihak yang terkait maupun untuk penulis selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Teori Ruang Publik Habermas

Jurgen Habermas adalah seorang sosiolog Jerman yang lahir pada tahun 1929. Ia seorang pemikir kontemporer yang banyak menghasilkan karya-karyanya seperti *Habermas and Critical Thinking* 1974, *Knowledge and Human interest* 1971, *Theory and Practice* 1973 dan lain-lain.

Habermas juga mendefinisikan mengenai ruang publik. Ia mengatakan bahwa ruang publik sebagai ranah kehidupan sosial yang terbentuk sesuatu yang mendekati opini publik dimana warga berperilaku sebagai sebuah lembaga publik ketika berunding dengan cara yang tidak dibatasi, yakni dalam jaminan kebebasan mengemukakan dan mempublikasikan pendapat. Habermas menunjukkan bagaimana kekuatan sosial menggantikan sebuah sistem politik dimana kekuasaan pemerintah (*otokratik*) direpresentasikan di hadapan rakyat dengan sebuah ruang dimana otoritas negara dipantau oleh rakyat melalui wacana kritik (Habermas, 1989). Istilah opini publik pertamakali di dokumentasikan pada tahun 1781, yang mengacu pada refleksi kritis publik (*borjuis*) (Habermas, 1989). Menurut Habermas, ruang publik dipahami sebagai ruang privat yang datang bersama sama dengan publik. Ruang tersebut dianggap sebagai milik publik yang tidak diatur oleh negara sebagai bentuk kewenangan publik. Maka definisi tersebut tidak hanya dalam arti politik, namun juga ekonomi, sosial, dan budaya. Ruang publik merupakan pengejawantahan

rasionalitass publik dalam ruang-ruang artikulasi yang terseddia di masyarakat. konsep Habermas yang menyatakan bahwa ruang publik secara politis dikonsepsikan sebagai sebuah sistem yang merefleksikan maknanya secara spontan sebagai sebuah kemungkinan terbuka bagi siapa saja untuk terlibat didalamnya. Bangsa-bangsa kuno yang mendudukan perempuan pada kedudukan yang wajar.²⁰

a. Teori Ruang Publik

Stephen Carr dalam bukunya *Public Space* berpendapat bahwa ruang publik harus bersifat responsif, demokratis, dan bermakna. Ruang publik yang responsif artinya harus dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas. Sedangkan demokratis yang dimaksud adalah ruang publik itu seharusnya dapat dimanfaatkan masyarakat umum tanpa harus terkotak-kotakkan akibat perbedaan sosial, ekonomi, dan budaya. Bahkan, unsur demokratis dilekatkan sebagai salah satu watak ruang publik karena ia harus dapat dijangkau (*aksesibel*) bagi warga dengan berbagai kondisi fisiknya. Bermakna berarti ruang publik harus memiliki pertautan dengan manusia dan dunia luas dengan segala konteks sosialnya.

b. Perempuan dalam Ruang Publik

Perbedaan yang terdapat dalam suatu kota besar menawarkan adanya keanekaragaman orang-orang dengan pola hidup tertentu tentunya membuat suatu kota menjadi lebih menarik. Namun di sisi lain kondisi ini dapat menciptakan terjadinya suatu resiko keamanan kepada orang yang secara

²⁰Huzaemah T. Yanggo, *Hukum Keluarga dalam Islam*, (Palu: YAMIBA, 2013), hlm. 1

fisik lebih rentan untuk mendapat gangguan dari pihak lain. Oleh karena itu ruang publik bagi perempuan dapat dirasakan lebih asing dan menakutkan dibandingkan pria.

Para perempuan memperdebatkan bahwa kota itu dibuat dan dijalankan oleh pria sehingga membuat mereka 'tersisih' dalam proses dari perencanaan dan organisasi suatu ruang publik.²¹ Hal yang membuat mereka merasakan seolah tersisih terlihat pada terbatasnya akses dan mobilitas perempuan dalam suatu ruang publik. Kebebasan perempuan seolah terkekang dalam ruang publik dengan adanya rintangan dalam mobilitas mereka. Contoh yang jelas adalah terciptanya berbagai *coffee shop* sebagai ruang berbagi dan berdiskusi di Banda Aceh.²²

Kesimpulannya setiap orang atau semua warga negara dijamin aksesnya untuk memanfaatkan ruang publik. Ruang publik ini tidak sama dengan konsep "publik", yaitu individu yang berkumpul atau dalam kerumunan orang. Konsep ruang publik ini fokus pada lembaga/institusi sebagai media berpartisipasi masyarakat. Ruang publik ini biasa disebut badan publik yang pemanfaatannya tunduk pada aturan konstitusi dan hukum. Ruang publik tidak hanya berbentuk bangunan fisik tetapi juga berupa media massa (cetak dan elektronik), seperti surat kabar, majalah, radio, televisi adalah media dari ruang publik. Ruang publik dapat digunakan untuk berkumpul, berdiskusi, dan berekspresi secara

²¹Ali Madanipour, *Design of Urban Space*, (New York: Wiley, 1996), hlm. 84

²² Endang Danial, *Pergeseran Nilai-nilai Budaya Pada Suku Bonai sebagai Civic Culture Di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau* Ryan Prayogi, HUMANIKA Vol. 23 No. 1 (2016) ISSN 1412-9418, hlm. 65

bebas dalam melayani kepentingan umum, termasuk untuk bisnis, birokrasi, politik, dsb. Ruang publik politik yang membahas ruang diskusi publik dengan objek aktivitas negara.

Negara sebagai pemilik otoritas kebijakan dan pelaksana ruang publik politik, memiliki tugas untuk kesejahteraan rakyat melalui sistem demokrasi. Negara berperan sebagai pengontrol aktivitas pemanfaatan ruang publik politik dan penerima kritik dari penyelenggara badan publik baik secara informal maupun formal, misalnya melalui aktivitas persidangan di pengadilan yang menyelenggarakannya secara terbuka. Negara mengontrol dan memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk menyampaikan pendapatnya dan memperjuangkan haknya sebagai warga negara dalam hukum dan pemerintahan sehingga berjalan secara demokratis. Ruang publik berperan sebagai media opini publik (muncul abad ke-18). Meskipun opini publik ini bersifat asumsi budaya, sikap normatif, prasangka dan nilai-nilai kolektif, namun keberadaannya tetap bertahan dan diakui sebagai realitas.

B. Teori Pergeseran Budaya

Jhon Adam Smith adalah seorang filsuf berkebangsaan Skotlandia yang menjadi pelopor ilmu ekonomi modern. Menurut Smith menyatakan bahwa makna dari pergeseran tersebut merupakan peningkatan kemampuan sistem sosial, kemampuan sistem sosial memproses informasi-informasi, baik yang langsung maupun tidak langsung dan proses modernisasi ini sesuai dengan pilihan dan kebutuhan masyarakat. Proses pergeseran nilai-nilai ini tidak terjadi secara spontan melainkan dilandasi oleh kesadaran dan waktu yang cukup lama

menuju kearah suasana kehidupan yang lebih baik, secara tidak langsung pergeseran atau perubahan akan terjadi secara perlahan-lahan dan tanpa disadari. Menurut Barth menjelaskan bahwa nilai adalah “*the results of judgments made by an individual or the society as a whole which determine the relative importance or worth of a thing, idea, practice or believe*”. Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai merupakan hasil pertimbangan yang dibuat oleh seseorang atau masyarakat secara kelompok untuk menentukan penting atau berharganya suatu hal, gagasan, atau praktek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pergeseran nilai merupakan perubahan nilai $\pm$ nilai yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat yang ada karena suatu pengaruh nilai $\pm$ nilai dari luar masyarakat. Pergeseran nilai merupakan salah satu akibat yang dimunculkan dari adanya perubahan dalam kehidupan masyarakat itu sendiri. Pergeseran nilai budaya merupakan perubahan nilai-nilai dalam suatu budaya yang nampak dari perilaku para anggota budaya yang dianut oleh kebudayaan tertentu. Pergeseran nilai budaya yang secara umum merupakan pengertian dari perubahan sosial yang tidak dapat dilepaskan dari perubahan kebudayaan, saat budaya suatu masyarakat berubah, secara tidak langsung akan memberikan dampak bagi perubahan sosial masyarakat.²³

Segala perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok

²³Taufiq Djalal, Arlin Adam, Syamsu A Kamaruddin, *Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard*, Indonesian Journal of Social and Educational Studies Vol.3, No.2, 2022 hlm. 258

dalam masyarakat. Perubahan sosial tidak terjadi dengan sendirinya melainkan disebabkan oleh banyak faktor, selain itu, perubahan sosial tidak berdiri sendiri melainkan memiliki kaitan dengan aspek kehidupan, baik pada individu maupun masyarakat, baik pada skala terbatas maupun luas, dan berlangsung cepat atau lambat. Perubahan sosial bukanlah suatu gejala masyarakat *modern* tetapi sebuah hal yang *universal* dalam pengalaman hidup manusia. Perubahan sosial di picu oleh bertambahnya atau berkurangnya pendudukan, adanya penemuan-penemuan baru, pertentangan (*conflict*), dan perubahan yang berasal dari lingkungan manusia.

Yang mengalami pergeseran kebudayaan dimana adat istiadat tersebut merupakan sebuah siklus kehidupan masyarakat yang senantiasa menjadi suatu prinsip kehidupan yang dijalankan sebagai pedoman, pandangan dan peraturan yang sejak dulu diwariskan turun temurun dari nenek moyang masyarakat. Sesungguhnya kebudayaan itu bahwa kebudayaan yang terdapat antara umat manusia itu sangat beraneka ragam, kebudayaan itu didapat dan diteruskan secara sosial melalui proses pembelajaran, kebudayaan itu terjabarkan dari komponen biologis, sosiologis, dan psikologis dari eksistensi manusia, kebudayaan itu berstruktur, kebudayaan itu memuat beberapa aspek, kebudayaan itu bersifat dinamis, dan nilai dalam kebudayaan itu bersifat relatif.

C. Teori Masyarakat Konsumsi

Baudrillard adalah seorang sosiolog dari Prancis, buku karya yang mengkritisi banyak realita masyarakat *modern* adalah *la desociete consummation: Ses mythes and sructures* (masyarakat konsumsi: mitos dan

strukturnya). Untuk itu mengambil bagian tersebut masyarakat konsumsi merupakan konsep dalam pemikirannya untuk menunjukkan dari gaya hidup *modern*. Dengan melihat gejala globalisasi yang semakin berkembang terjadi seluruh dunia. Perkembangan globalisasi diiringi dengan paham kapitalisme yang memanfaatkan momen globalisasi untuk memperluas bangsa pasar mereka, sehingga banyak wilayah dunia yang menjadi target ekspansi pasar kapitalisme.

Perilaku konsumen saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja. Namun terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pemilihan individu atas suatu komoditas. Masyarakat konsumen merupakan masyarakat yang cenderung dikategorikan dalam hal seputar konsumsi ketimbang produksi barang dan jasa. Istilah ini digunakan sebagai penunjuk deretan kecondongan ekonomi dan kultural yang saling berkaitan serta dianggap sebagai karakter masyarakat dalam industri maju. Masyarakat konsumsi ini juga menghasilkan implikasi bahwa masyarakat akan cenderung menyamakan tingkat konsumsi dengan kesuksesan sosial dan kebahagiaan personal. Berbeda dengan masyarakat tradisional yang memakai konsumsi sebagaimana sesuai dengan kebutuhan.

Pengetahuan dasar mengenai kebutuhan berhubungan dengan dasar mereka mengenai kemapanan dalam dunia persamaan. Kebutuhan mengisyaratkan bahwasanya semua orang adalah sama di depan sebuah nilai guna suatu objek dan barang, karena kebutuhan diindekasikan pada nilai guna. Maksudnya adalah jika nilai barang baju dan celana sebagai pakaian yang

menutup tubuh si pemakai, baik si miskin maupun si kaya. Untuk itu tidak ada perbedaan untuk si kaya dan si miskin jika dikaitkan dengan nilai guna barang tersebut. Artinya jika berbicara mengenai nilai guna, maka ideologi ini bersifat objektif dan *egaliter*. Objek konsumsi bukan saja berbentuk barang namun lebih dari itu. Kemampuan konsumsi setiap individu juga berbeda-beda. Setiap masyarakat mengalami diferensiasi, deskriminasi sosial, dan setiap organisasi struktural akan mendasarkan pada penggunaan dan distribusi harta kekayaan. Selanjutnya dalam struktur masyarakat secara umum kelompok miskin biasanya dikategorikan sebagai kelompok yang tidak memiliki hak istimewa dan sebagai orang yang tidak laku. Sedangkan kelompok kaya hidup dalam kemewahan.

Dalam kegiatan konsumsi hubungan antara manusia dalam objek konsumsi, hubungan manusia dengan dirinya sendiri dipalsukan, dikelabui, dimanipulasi. Manusia melihat kebutuhan bukanlah apa-apa yang diambil satu persatu, lebih tepatnya kebutuhan bukanlah bentuk lebih maju dari sistematisasi rasional dan kekuatan produktif pada tingkat individu. Saat konsumsi mengganti logika dan keperluan dengan produksi. Logika sosialnya konsumsi ada karena aktivitas produksi yang mencetak produk dan kemudian menyalurkannya ke konsumen, muara dari seluruh aktivitas ekonomi yang memperlihatkan produk dan komoditas yang dihasilkan dan kemudian dikonsumsi masyarakat. Konsumsi tidak akan berfokus dalam bagaimana manfaat nilai gunanya suatu barang dan jasa oleh konsumen. Namun berfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial.

Konsumsi sudah mengalami pergeseran logika, yaitu dari logika

kebutuhan menuju logika hasrat. Konsumsi menjadi pemenuhan sebuah tanda, dimana tanda ini tidak lagi mengonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya. Artinya yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan, citra) dari pada komoditas itu sendiri. Komoditas tidak diartikan sebagai kegunaannya, tetapi berdasarkan sebagai apa yang dimaknai oleh masyarakat itu sendiri. Sesuai dengan masyarakat memaknainya bukan dalam pengertian melakukannya, bisa dikatakan lebih kepada hubungan masyarakat dengan seluruh sistem komoditas dan tanda. Konsumsi bukan lagi sebagai pemenuh kebutuhan dan tuntutan konsumen tetapi kapasitas produksi yang sangat besar. Secara rasional konsumsi dalam masyarakat telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya dalam pemenuhan kebutuhan, namun sebagai motivasi untuk mendapatkan tantangan, suatu senses, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stress, memberikan pengetahuan baru dan menjadi tren yang berlangsung dalam kegiatan aktivitas komunikasi sehari-hari pada masyarakat Aceh. Selera merupakan upaya seseorang untuk mempresentasikan identitas dan ideologinya. Saat ini kegiatan konsumsi merupakan suatu aktivitas komunikasi di dalamnya terdapat simbol-simbol sosial yang memuat status, *prestise* yang membentuk personalisasi diri dipertukarkan diantara anggota masyarakat.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang selalu berkonsumsi. Namun yang dilakukan tidak lagi hanya sekedar kegiatan yang berasal dari produksi. Konsumsi tidak lagi hanya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dari fungsional manusia. Konsumsi telah menjadi budaya,

system masyarakat telah berubah. Kini telah menjadi budaya konsumsi dan masyarakat konsumen. Dalam teori konsumsi Jean Baudrillard, masyarakat konsumeris pada masa sekarang tidak didasarkan kepada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya.

Inti teori Baudrillard adalah memperdebatkan makna dengan realita, melihat realitas kontemporer kemudian merefleksikan masa depan dengan memberi peringatan dini tentang apa yang akan terjadi di masa mendatang jika kecenderungan realitas kontemporer hari ini terus berlanjut. Menurut analisis Baudrillard, globalisasi telah menyebabkan masyarakat perkotaan menjadi satu model global yang berperilaku “seragam”. Keseragaman ini disebabkan karena pengaruh media yang berperan dalam menyebarkan tanda-tanda dalam setiap kehidupan. Hal tersebut berakibat pada pergeseran pola pikir dan logika konsumsi masyarakat.

BAB III

AKSES PEREMPUAN TERHADAP RUANG PUBLIK

A. Sejarah Pelopor Warung Kopi di Banda Aceh

Warung kopi adalah ruang publik dan urat nadi ekonomi 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 dipantai barat, namun kini dipantai timur mudah pula ditemukan warung kopi.

Kehadiran warung kopi di Aceh sangat terkait dengan sejarah perkembangan tempat tersebut, ketika kesultanan Aceh berkembang, kerap melakukan komunikasi yang intens dengan kesultanan ottoman yang sekarang telah menjadi Negara Turki. Bahkan Aceh sebenarnya menjadi protektorat Ottoman. Sejumlah bangunan di beberapa tempat dapat mengindikasikan bahwa beberapa bangunan yang ada di Aceh bergaya Ottoman. Kemudian muncul dugaan bahwa pada masa lalu pelatih-pelatih kemiliteran Ottoman banyak membantu Aceh ketika berperang melawan Portugis. Oleh karena itu kehadiran Ottoman diperkirakan mempunyai pengaruh yang kuat bagi kehidupan masyarakat Aceh. Salah satunya terkait masuknya kopi, gaya hidup minum kopi, dan juga kehadiran warung kopi Aceh.

Kebiasaan minum kopi sudah ada pada masyarakat di kerajaan Ottoman. warung kopi yang ada di Aceh itu, letaknya sama dengan Warung kopi yang ada di Turki berada tidak jauh dari masjid, sehingga se usai shalat di masjid mereka mendatangi warung kopi untuk mengobrol. Fenomena ini terjadi persis sama seperti yang dilakukan oleh masyarakat Aceh pada umumnya. Di Aceh mudah ditemukan orang-orang yang se usai shalat di masjid mendatangi warung kopi. Dengan segelas kopi, masyarakat Aceh berbincang atau berdiskusi selama berjam-jam.

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 kupi) 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 di 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. 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 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, 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.

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. Pada tahun 1970-an Warung kopi di Aceh khususnya Banda Aceh belum begitu berkembang. Hanya beberapa warung kopi tertentu saja yang menjadi pilihan masyarakat di Banda Aceh pada saat itu, seperti warung kopi jasa ayah atau yang sekarang dikenal dengan Solong Ulee Kareng, Kopi Beurawe, Cut Nun, dan beberapa warung kopi lainnya yang terletak dipinggiran Kota Banda Aceh pada saat itu.

Perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh baru terlihat secara signifikan setelah bencana gempa bumi yang disusul dengan tsunami pada tahun 2004. Saat itulah warung kopi bersebaran di setiap sudut Kota Banda Aceh dengan desain yang beragam. Penyebab perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh dilatar belakangi oleh tiga faktor penting ; pendatang, tren, dan

minat. Kota Banda Aceh merupakan ibu kota provinsi Aceh, sehingga banyak para pendatang yang berkunjung dan menetap di Banda Aceh.

Faktor berikutnya yaitu trend minum kopi yang melanda warga Kota Banda Aceh pada waktu siang dan malam. Hal ini dikarenakan oleh keamanan yang kondusif setelah tercapainya kesepakatan antara Gam dan Pemerintah RI. Faktor terakhir adalah peminat, meningkatnya daya tarik masyarakat terhadap kebiasaan minum kopi, baik itu penduduk lokal maupun masyarakat pendatang membuat warung kopi tidak pernah sepi dari pelanggan. Ketiga factor tersebut membuat perkembangan warung kopi menunjukkan trend yang positif dari tahun ketahun. Apalagi warung kopi telah menjadi tempat istimewa bagi setiap kalangan masyarakat yang tinggal di Kota Banda Aceh.

B. *Coffee sShop* Sebagai Ruang Publik

Pergeseran budaya yang terjadi di Aceh khususnya Banda Aceh beberapa tahun terakhir ini banyak *coffee-coffee shop* baru yang dulunya biasa disebut dengan warung kopi yang mayoritas didalamnya adalah kaum laki-laki. Sekarang sudah berubah menjadi *coffee shop* yang konsepnya sudah jauh lebih *modern* dan banyak perempuan yang mengunjunginya. *Coffee shop* sudah menjadi akses bagi kaum perempuan yang ada di Kota Banda Aceh.

1. *Coffee Shop Solong*



Coffee shop solong terletak di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh. Letak dari *coffee shop* solong sangat lah strategis yang di apit oleh banyaknya perkantoran. Dari pengamatan penulis *coffee shop* tersebut tempat maupun fasilitas masih sangat sederhana hampir seperti warung kopi pada umumnya. Yang menarik dari kedai *coffee shop* solong ini sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat Banda Aceh walaupun tempatnya tidak seperti *coffee shop* zaman sekarang.

a. *Coffee shop* solong sebagai ruang publik

Coffee shop solong dapat dikatagorikan ruang publik disebabkan *coffee shop* tersebut digunakan untuk fungsi-fungsi yang lebih banyak dari pada sekedar minum kopi seperti pertemuan-pertemuan formal, diskusi publik, konferensi-konferensi pers, dan mahasiswa yang mengfungsikan *coffee shop* solong sebagai tempat mengerjakan tugas, berdiskusi, bertukar pendapat dan menjadi tempat pertemuan para pejabat-pejabat ataupun kerja sama lainnya. Bagi kaum perempuan, waktu mereka mengunjungi *coffee shop* solong ada waktu-waktu tertentu seperti pada jam istirahat bekerja. Namun

kebanyakan perempuan pada waktu hari libur, mereka memanfaatkan waktu berkumpul bersama teman-teman perempuan terutama bagi pelajar mahasiswi.

b. Kehadiran perempuan di *coffee shop* solong

Coffee shop solong ini mayoritas yang mengunjungi adalah kaum laki-laki dalam rentang waktu jam buka jam 06.00 pagi sampai jam 00.00 malam. Sepanjang rentang waktu buka hari senin sampai minggu umumnya pengunjung adalah kaum laki-laki. Dalam hasil observasi peneliti bahwa, dalam waktu seminggu itu ada masa-masa dimana terlihat ada banyak pengunjung perempuan yaitu hari sabtu dan minggu. Dominan adanya perempuan sabtu dan minggu karena menghabiskan waktu bersarapan. Sekarang hari-hari biasanya *coffee shop* solong ini juga banyak dikunjungi oleh perempuan-perempuan bekerja. Karena pada saat penelitian ini dilakukan perempuan masih mengenakan pakaian kantoran, namun ada juga perempuan yang di dampingi oleh suaminya, dan remaja atau mahasiswa. Kehadiran perempuan di *coffee shop* solong biasanya pada jam istirahat bekerja kisaran pukul 13.00-15.00 WIB.

2. *Coffee Shop Tuan Muda*



Coffee shop Tuan Muda adalah salah satu gerai *coffee shop* kekinian di Banda Aceh yang terletak di Jalan Perada Utama. Letaknya sangat strategis di tengah-tengah kawasan padat penduduk. Suasana *coffee shop* Tuan Muda sangat disenangi para pemuda khususnya bagi perempuan. Banyak perempuan yang duduk di gerai *coffee shop* ini dengan alasan karena nuansa *modern* dan tidak membisingkan. *Coffee shop* Tuan Muda menyediakan aneka menu minuman yang beragam kombinasi antar tradisional, *modern*, dan kekinian dengan harga yang ramah bagi kalangan masyarakat.

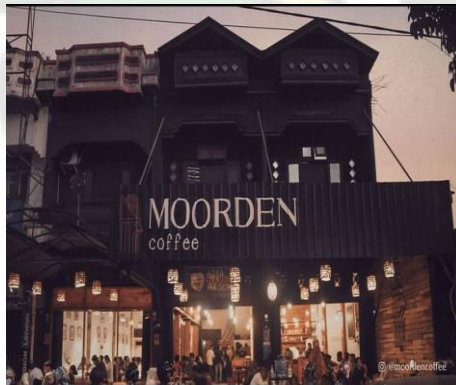
a. *Coffee Shop* Tuan Muda sebagai ruang publik

Dari amatan penulis *coffee shop* Tuan Muda ini juga memiliki kesamaan dengan *coffee shop* solong yaitu juga digunakan kegiatan-kegiatan beragam. *Coffee shop* Tuan Muda dijadikan media ruang publik sebagai wadah berdiskusi bagi kaum perempuan khususnya. Mereka memanfaatkan sebagai tempat berkumpul membahas mengenai pekerjaan sampai mengenai pekerjaan kuliah bagi mahasiswa/i.

b. Kehadiran perempuan di *Coffee Shop* Tuan Muda

Umumnya *coffee shop* Tuan Muda ini kebanyakan pengunjung dari kaum perempuan. Pengunjung perempuan memanfaatkan *coffee shop* Tuan Muda ini sebagai tempat berkumpul para *selebgram* atau tempat reunian. Ada juga memanfaatkan tempat *coffee shop* Tuan Muda ini sebagai tempat perempuan berdiskusi terutama mengenai tugas kampus. Alasan lainnya tertarik pengunjung *coffee shop* Tuan Muda karena *desain interior* yang menarik suasana *coffee shop* yang adem jauh dari asap rokok dan banyak tersedia makanan dengan menu-menu yang sudah *modern* dan juga tersedia jaringan *wifi*. Jadwal pengunjung adalah pukul 14.00 sampai malam hari pukul 23.00.

3. *Coffee Shop* Moorden



Moorden *coffee* terletak di jalan utama Pango Raya Banda Aceh. Pengunjung dapat menemukan berbagai keunikan desain Moorden *coffee* mulai dari logo Moorden berupa satu sisi kepala manusia mengenakan Kupiah Meukutob kopiah para Raja Aceh, meja *bar* yang menggunakan

potongan batang pohon besar, alas kursi dari goni, pajangan lukisan tanpa menggunakan kanvas, hingga cerminan logo Moorden *coffee* di kamar kecil. Banyak pengunjung dari kaum adam dan hawa yang hadir. Pengunjung menikmati suasana *coffee shop* karena keadaan yang *modern* dan dicampur unsur tradisional.

a. Moorden *Coffee* sebagai ruang publik

Dari amatan penulis *coffee shop* Moorden ini juga memiliki kesamaan dengan *coffee shop* lainnya yaitu digunakan kegiatan-kegiatan beragam. *Coffee shop* Moorden dijadikan media ruang publik sebagai wadah berdiskusi. Seperti penulis melihat Moorden *coffee* ada sekelompok-sekelompok orang yang sedang melakukan rapat, diskusi dan juga mahasiswa/i mengerjakan tugas kuliah. Unikny lagi di *coffee shop* Moorden penulis melihat beberapa kelompok remaja laki-laki dan perempuan sedang bermain *game* uno. Namun kebanyakan mayoritas perempuan pada waktu hari libur, mereka memanfaatkan waktu berkumpul bersama teman-teman perempuan terutama bagi pelajar mahasiswi.

b. Kehadiran perempuan di Moorden *Coffee*

Pengamatan penulis pengunjungnya lebih banyak perempuan dibandingkan dengan laki-laki yaitu pada waktu siang dan malam. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Moorden sebagai ruang publik melakukan tugas kuliah, baik tugas kelompok maupun berdiskusi. Karena suasananya yang unik sehingga pengunjung lebih bersemangat

untuk mengerjakan tugas. *Coffee shop* Moorden memiliki ruang khusus atau ruang *indoor* yang sudah di *desain* dengan unik dan nyaman mungkin untuk pengunjung, dan sudah menjadi ruang publik untuk perempuan bebas dalam mengerjakan berbagai kegiatan mereka. Kehadiran pengunjung tidak sama dengan *coffee shop* lainnya, mereka berhadir setiap waktu pagi siang sore bahkan sampai malam.

4. *Coffee Shop* Toko Kopi Kiri



Toko Kopi Kiri yang memiliki arti “Kopi Kita Tiap Hari” terinspirasi untuk terus memenuhi kebutuhan kopi harian setiap pelanggan atau yang dipanggil “kawan kiri”. Toko Kopi Kiri adalah salah satu *coffee shop* yang ada di Banda Aceh, yang berada di Lampineng, *coffee shop* Toko Kopi Kiri ini sangat ramai dikunjungi oleh perempuan,

Coffee shop ini cukup terkenal dengan rasa kopinya yang khas dan warnanya yang unik, berbeda dengan kopi-kopi pada umumnya, ditambah dengan suasana *coffee shop* yang tertutup. Diliat dari bangunan *coffee shop* ini lebih privasi, banyak sekali pengunjung perempuan yang betah duduk di *coffee shop* Toko Kopi Kiri. Jadwal perempuan hadir dari pagi sampai malam

bahkan pengunjung perempuan betah duduk di *coffee shop* Toko Kopi Kiri. Tidak hanya kopinya yang terkenal *coffee shop* Toko Kopi Kiri ini juga terkenal dengan makanan donat dan brownies.

a. *Coffee shop* Toko Kopi Kiri sebagai ruang publik

Dari pengamatan penulis *coffee shop* Toko Kopi Kiri dapat dikatakan sebagai ruang publik khususnya kaum muda mudi memanfaatkan sebagai tempat berkumpul, ada juga dari mereka berbincang-bincang mengenai pekerjaan terutama dalam hal bisnis. Akses bagi perempuan disini sangat luas apa lagi banyak *selebgram-selebgram* memanfaatkan sebagai tempat bersua foto.

b. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Toko Kopi Kiri

Banyak sekali pengunjung perempuan baik dari kalangan mahasiswa, perempuan bekerja bahkan keluarga. Bagi mahasiswa berhadir dengan sesama teman kampus, para perempuan mereka berhadir bersama teman kantor. *Coffee shop* Toko Kopi Kiri memiliki ruang khusus atau ruang *indoor* yang sudah di *desain* dengan nyaman mungkin untuk pengunjung dari kalangan perempuan. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Toko kopi Kiri tidak memandang waktu, sebab hasil pengamatan penulis banyak yang berhadir di Toko kopi Kiri dari kalangan perempuan pada jam 10.00 pagi menuju siang bahkan sampai malam.

5. *Coffee Shop* Pustaka



Coffee shop Pustaka yang terletak di Jalan Dr Syarif Thayeb, Gampong Lambhuk, Kecamatan Ulee Kareng, Banda Aceh. Warung kopi yang baru dibuka pada penghujung Januari 2021 itu memberikan nuansa baru bagi penikmati kopi Aceh. *Coffee shop* juga terkesan unik, mulai dari dekorasi, menu makanan, minuman, serta suasana yang ditawarkan sedikit berbeda dari *Coffee shop* lainnya. Dekorasi meja dan kursi di *coffee shop* Pustaka terbilang unik. Ada yang berbentuk layaknya batang pohon, balai mini, kursi rotan, dan masih banyak bentuk lainnya.

a. *Coffee shop* Pustaka sebagai ruang publik

Dari pengamatan penulis bahwa *coffee shop* Pustaka ini dapat dikatakan ruang publik. Pengunjung nyaman karena tidak bising dan tempatnya terbuka. Kebanyakan pemuda pemudi memanfaatkan fasilitas *coffee shop* Pustaka sebagai tempat wadah berdiskusi dan ada juga memanfaatkan sekedar minum kopi saja. Umumnya banyak menggunakan sebagai tempat perkumpulan kelompok orang baik itu laki-laki maupun perempuan.

b. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Pustaka

Coffee shop Pustaka ini mayoritas yang mengunjungi adalah laki-laki dalam rentang waktu jam buka jam 08.00 pagi sampai jam 00.00 malam. Sepanjang rentang waktu buka hari senin sampai minggu umumnya pengunjung adalah kaum laki-laki. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Pustaka hanya sekedar menikmati rasa dari *coffee shop* Pustaka dan ada juga sebagai wadah berdiskusi. Perempuan disini berhadir dengan teman dan juga berhadir bersama suami yaitu pukul 15.00.

6. *Coffee Shop* Lamnyong



Letak *coffee shop* Lamnyong di jalan T. Nyak Arif Banda Aceh berada persis di dekat jembatan Lamnyong. *Coffee shop* Lamnyong ini seperti warung kopi pada umumnya yang tidak ada unsur *modern*. *Coffee shop* Lamnyong dasarnya menyajikan hanya kopi saring dan minuman yang berbentuk kemasan saset. Dasarnya *coffee shop* Lamnyong ini sendiri adalah rumah makan khas Aceh, namun keadaan yang sudah menurun sehingga rumah makan tersebut di ubah menjadi *coffee shop* Lamnyong.

a. *Coffee shop* Lamnyong sebagai ruang publik

Dari pandangan penulis *coffee shop* Lamnyong dapat di kategorikan sebagai tempat ruang publik. Karena para pengunjung memanfaatkan *coffee shop* Lamnyong sebagai tempat perkumpulan khususnya bagi kalangan mahasiswa/i. Meski tempatnya tidak seperti *coffee shop* kunjungi sebelumnya. Nuansa *coffee shop* disini masih seperti tempat warung kopi pada umumnya. Namun tempat ini memiliki kelebihan tersendiri salah satunya tidak terlalu tertutup, adem dan memiliki fasilitas *internet* yang baik. Unikny lagi *coffee shop* Lamnyong ini yaitu memiliki *meeting room*. *Meeting room* ini sering digunakan oleh kalangan mahasiswa yang melaksanakan rapat organisai kemahasiswaaan.

b. Kehadiran perempuan di *coffee shop* Lamnyong

Coffee shop Lamnyong tidak hanya di kunjungi oleh laki-laki saja, namun ada juga di kunjungi oleh perempuan. Kalangan perempuan yang berhadir dari kalangan mahasiswi kampus. Mereka hadir biasanya pukul 10.00-22.00 WIB bersama teman kampus. Kebanyak mahasisiswi karena letak *coffee shop* Lamnyong yang dekat dengan wilayah kampus. Kedatangan pengunjung bertujuan tak lain mengerjakan tugas kampus dan ada juga melakukan diskusi mengenai organisasi kampus.

C. Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik di Banda Aceh

Dalam observasi selama 3 bulan ini penulis melihat bahwa ruang publik sebagai ruang bagi diskusi kritis yang terbuka bagi semua orang. Pada ruang publik, individu masyarakat berkumpul untuk membentuk sebuah publik dimana nalar publik ini akan diarahkan untuk mengawasi kekuasaan pemerintah dan kekuasaan negara. Ruang publik mengasumsikan adanya kebebasan berbicara dan berkumpul, *pers* bebas dan hak secara bebas berpartisipasi dalam perdebatan politik dan pengambilan keputusan. Lebih lanjut, ruang publik dalam hal ini terdiri dari media informasi seperti surat kabar dan jurnal. Juga termasuk dalam ruang publik adalah tempat minum dan kedai kopi, balai pertemuan, serta ruang publik lain dimana diskusi sosio politik berlangsung.

Ruang publik ditandai oleh tiga hal yaitu *responsif*, *demokratis* dan bermakna. *Responsif* dalam arti ruang publik adalah ruang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas. *Demokratis* dalam arti ruang publik dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi dan budaya bagi berbagai kondisi fisik manusia. Bermakna memiliki arti kalau ruang publik harus memiliki tautan antara manusia, ruang dan dunia luas dengan konteks sosial.

Kedai kopi yang merupakan ruang publik menjadikan masyarakat bebas berpendapat mengenai berbagai hal yang diperhatikannya, termasuk sosio politik dalam melakukan kontrol terhadap kekuasaan pemerintah dan negara. Pembicaraan kedai kopi sering kali membicarakan sesuai kondisi

kekinian di daerah, negara bahkan dunia. Fungsi kedai kopi sebagai ruang publik ini sering kali dimanfaatkan oleh peneliti-peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan, meskipun keakuratan datanya masih harus diuji terlebih dahulu.

Aktivitas masyarakat saat berada di kedai kopi sangat beragam, mulai dari menikmati atau sekedar membeli aneka makanan dan minuman aktivitas konsumsi), berkumpul atau bersosialisasi dengan kerabat (aktivitas sosial), menyelesaikan urusan yang tidak selesai di balik meja kantor (aktivitas kerja), membuat rencana atau kesepakatan bisnis (aktivitas bisnis), belajar bersama maupun menyelesaikan tugas sekolah atau kampus (aktivitas belajar) hingga bersantai melepas lelah atau mencari hiburan (aktivitas hiburan). Beragam aktivitas tersebut dapat penulis saksikan di kedai kopi setiap harinya, bahkan kadangkala dalam durasi waktu yang cukup panjang.

Tidak berbeda dengan perempuan, aktivitas perempuan di warung kopi Banda Aceh memanfaatkan sebagai ruang publik. Hal ini terjadi karena banyaknya warung kopi Banda Aceh yang sudah berbenah ke warung kopi *modern*. Sehingga tren tersebut menjadi akses perempuan untuk memanfaatkan tempat berdiskusi.

Para kaum perempuan berkunjung ke warung kopi biasanya pada waktu siang hari kisaran pukul 12 bahkan sampai larut malam. Aktivitas mereka bermacam-macam dari hanya sekedar duduk minum kopi bahkan sampai duduk sambil berdiskusi bersama teman. Mereka kebanyakan mendatangi *coffee shop* dengan keluarga, sahabat, teman kerja, atau

berkelompok-kelompok dan ada juga dengan sendirinya.

Mereka biasanya mendatangi *coffee shop* yang berada dekat pusat kota ataupun yang berdekatan dengan akses keramaian seperti perkantoran dan kampus. Sangat jarang di jumpai kaum perempuan yang mengunjungi warung kopi yang ada di perkampungan atau jauh dari akses keramaian. Mereka menganggap akses jika duduk di warung kopi yang ada di kampung sangat tidak baik alhasil banyak lirikan atau teguran dari kaum laki-laki. Warung kopi di kampung masih menganggap perempuan aneh yang duduk di warung kopi. Namun berbeda jika mereka berpergian bersama keluarga ataupun suami.

Warung kopi yang kerap dikunjungi perempuan adalah *coffee shop* yang terletak ditempat-tempat strategis dan mempunyai fasilitas yang menarik, seperti akses *internet*. Namun, kita juga tidak bisa menafikan bahwa ada perempuan yang hadir di kedai kopi yang kapasitasnya untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan. Namun, kita tidak akan bisa menjumpai perempuan di warung kopi tradisional. Diwarung kopi jenis ini perempuan hanya datang untuk membungkus kopi untuk dibawa pulang kerumah. Warung kopi yang sering dikunjungi perempuan Banda Aceh sudah lebih mirip kafe.

Ada beberapa perbedaan yang dapat dilihat dari warung kopi tradisional dan *modern* dari segi responsif gender. Pertama dilihat dari segi kunjungan konsumen. Warkop tradisional didominasi oleh konsumen laki-laki sehingga pengunjung perempuan cenderung lebih sedikit. Sebaliknya pada

warkop *modern*, konsumen lebih banyak dikunjungi oleh perempuan.

Pada dasarnya, wanita telah diterima di warung kopi, akan tetapi memang kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi khusus. Bahwa kondisi-kondisi khusus tersebut terkait soal waktu kunjungan dan pakaian. Sebagai contoh, jika kunjungan ke warung kopi tradisional ataupun *modren* lebih dari pukul 22.00 atau pada saat *adzan* magrib akan menimbulkan kesan yang buruk bagi dirinya, sedangkan laki-laki lebih bebas menentukan waktunya tanpa akan dianggap buruk bagi masyarakat.

Hal ini tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dari keseluruhan informan yang menyatakan bahwa letak perbedaan yang paling terlihat antara warung kopi tradisional dan modren dari segi menu adalah harga dan variasi. Menurut informan, harga di warung kopi *modern* lebih mahal dari pada warung kopi tradisional, sedangkan variasi menu lebih banyak pada warung kopi *modern*. Realita tersebut dapat kita temukan diseluruh warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh.

Dari segi fasilitas, bahwa warung kopi *modern* sudah sangat *responsif gender*. Dimaksud dengan sudah *responsif* karena memiliki ruang ibadah dan toilet yang bersih dan terpisah, memiliki ruangan yang dapat merokok dan tidak. Hal ini dapat dinyatakan bahwa warung kopi *modern* memiliki fasilitas lebih lengkap dan memadai dari pada warung kopi tradisional.

Hal tersebut mesti ada program dan dukungan dari pemerintah agar terjadi kesetaraan. Permasalahannya, program *responsif gender* yang dibuat oleh pemerintah masih terbatas pada hal-hal tertentu seperti kedudukan

perempuan di parlemen. Sedangkan pada fasilitas publik, belum ada kebijakan terhadap *responsif gender*. Seharusnya *responsif gender* mengacu kepada menciptakan lingkungan melalui pemilihan lokasi, pemilihan staf, pengembangan program, konten, dan materi yang mencerminkan pemahaman tentang realitas kehidupan perempuan dan anak perempuan dan *responsif* terhadap kebutuhan dan kekuatan mereka.²⁴

Namun, teori yang dikemukakan oleh Covington tersebut belum terealisasi di *coffee shop* atau warung kopi. Kenyataannya, perempuan masih jauh dalam mendapatkan kebutuhan dan kekuatan mereka. Alhasil, perempuan masih mengalami diskriminasi, sebagai contoh mendapatkan tatapan mata dari laki-laki ketika mengunjungi warung kopi dan asap rokok.

D. Konsep *Coffee Shop* yang Ramah Terhadap Perempuan

Minum kopi saat ini menjadi sebuah kebiasaan yang tidak hanya dilakukan di rumah, namun dengan adanya *coffee shop* saat ini penikmat kopi lebih mudah mendapatkan kualitas kopi yang diinginkan. Sosiolog telah menobatkan *coffee shop* sebagai “tempat ketiga” yang menciptakan persahabatan dan sosialisasi sebagai alternatif selain di rumah dan tempat kerja.²⁵ Namun, saat ini telah terjadi perubahan dalam penggunaan dan kebiasaan di *coffee shop*. Orang-orang memanfaatkan *coffee shop* terutama sebagai tempat umum dan ruang bersama untuk bekerja. Secara historis,

²⁴L.W.Anderson., Krathwohl, D.R, dan Bloom, B.S. *A Taxonomy For Learning, Teaching and Assesing*. (New York: Longman, 2001), hlm. 7

²⁵<https://freshexpressions.com/2020/06/22/first-second-and-third-places-are-changing-and-so-will-our-ministry-in-them> Terjemahan buku karangan Ray Oldenburg. *The Great Good Place (Third Places)*. (New York: Marlowe&Company. 1998), hlm 43

peneliti telah menegaskan bahwa *coffee shop* berfungsi sebagai ruang yang ideal untuk berbicara bebas tentang masalah politik dan sosial.

Karena banyaknya *coffee shop* yang bermunculan di kota-kota besar seperti halnya kota Banda Aceh. *Coffee shop* di Banda Aceh memiliki cita rasa kopi yang disajikan dengan pelayanan dan tempat dengan lingkungan yang nyaman. Namun tidak hanya meminum kopi yang bisa dilakukan di *coffee shop* di Banda Aceh banyak fasilitas dan tempat yang bisa dilakukan oleh konsumen perempuan penikmat kopi. Seperti pendapat dari beberapa konsumen perempuan penikmat kopi di bawah ini :

“Kalau saya disini gitu biasanya sama temen buat bahas apa gitu biar lebih enak ngomongnya di temenin kopi, soalnya dasarnya saya suka nongkrong, jadi makanya kalau ada rapat atau ngumpul sama temen lebih enak di *Coffee shop* gini.”²⁶

Saat ini banyak *coffee shop* yang berlomba-lomba menyediakan fasilitas dan kenyamanan untuk kepuasan pengunjung yang datang ke *coffee shop*, begitu juga konsep pembangunan *coffee shop* sangat berpengaruh bagi konsumen karena para konsumen sekarang lebih pintar memilih *coffee shop* yang mana akan dipilih dan dikunjungi, adanya konsep yang menarik dan berbeda dari *coffee shop* yang lainnya maka akan ada sesuatu yang diperoleh konsumen dan akan terjadi pemilihan bagi konsumen untuk memilih suatu tempat yang akan dikunjungi.

Kemunculan *wifi* (teknologi *internet* nirkabel kecepatan tinggi) secara signifikan telah mengubah aktivitas sosial di *coffee shop*. Jumlah penggunaan

²⁶Wawancara bersama penikmat Coffee Shop Tuan Muda berinisial “K”, pada tanggal Kamis 15 Juni 2023

coffee shop untuk bersosialisasi menjadi berkurang dan lebih sebagai tempat untuk membaca, bekerja, dan produktivitas.²⁷ Dengan berkembangnya teknologi, *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum muda perkotaan menikmati koneksi *internet* gratis untuk keperluan hiburan, pekerjaan, atau sekolah sekaligus menjadi ajang berkumpul dengan teman usai jam sekolah, kuliah, atau kerja. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dan dikemukakan oleh konsumen perempuan penikmat kopi yakni tidak hanya memenuhi kebutuhan untuk minum kopi atau makan makanan ringan (*snack*), namun sebagai mendekatkan diri dengan menjalin komunikasi dengan teman dan saudara maupun para karyawan di *coffee shop* di Banda Aceh. Berikut ulasan beberapa konsumen perempuan penikmat kopi datang ke *coffee shop* di Banda Aceh diantaranya yakni :

“Selain minum kopi, sama sering ngerjain tugas, rapat dan juga dekat dengan kampus saya, tempatnya juga cocok buat ngumpul sembari nyelesaiin laporan kuliah, enak ada akses internet Wifi gratis.”²⁸

Menurut Suratno dan Rismiati adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.²⁹ Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Maka dari itu dapat

²⁷Lozzi Woldoff,& Dilks.. *The Social Transformation of Coffee Houses: The Emergence of Chain Establishments and the Private Nature of Usage*. International Journal of Social Science Studies, 2013, hlm 205-218

²⁸Wawancara bersama penikmat Lamnyong Coffee berinisial “Y”, pada tanggal Rabu 14 Juni 2023

²⁹E catur Rismiati dan I.G. Bondan Suratno. *Pemasaran Barang dan Jasa*. (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm 174

disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Gaya hidup masyarakat saat ini untuk memenuhi kebutuhannya seperti halnya minum *coffee* saat ini mulai berkembang dengan adanya tempat-tempat yang menyediakan berbagai olahan kopi yang biasanya disebut dengan nama *coffee shop*. Dengan berkembangnya masyarakat *urban* (Masyarakat Perkotaan), *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum muda perkotaan serta tempat untuk berkumpul yang telah melekat dan menjadi gaya hidup anak muda. Hal ini mengakibatkan beberapa pengunjung *coffee shop* memiliki kecenderungan untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di *coffee shop*. Mengenai gaya hidup ngopi di *coffee shop* seperti halnya para konsumen biasanya datang ke *coffee shop* karena adanya waktu luang disela-sela kegiatan. Dari hasil data yang diperoleh dari pendapat beberapa konsumen perempuan penikmat kopi yang berkunjung di *coffee shop* di Banda Aceh antara lain :

“Saya kesini biasanya diajak oleh suami untuk waktu sendiri biasanya 5 jam untuk menghabiskan waktu disini, Selain itu beliau juga tertarik dengan minum Kopi karena rasanya yang memiliki ciri khas tersendiri terkadang sampai cafe ini tutup.”³⁰

Malinowski memberikan ketegasan pandangan melalui teorinya yang mengasumsikan bahwa segala aktivitas manusia dalam unsur kebudayaan sebenarnya bermaksud memuaskan sejumlah kebutuhan naluri atas seluruh

³⁰Wawancara bersama penikmat Solong Coffee berinal “M”, pada Kamis 15 Juni 2023

kehidupannya sendiri.³¹ Sedangkan dari hasil yang diperoleh melalui hasil wawancara dari narasumber fungsi *coffee shop* di Banda Aceh bagi perempuan penikmat kopi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan minum kopi namun juga menjadi suatu tempat yang memiliki berbagai fasilitas pendukung sehingga kaum perempuan penikmat kopi yang berkunjung merasa dirinya lebih puas di *coffee shop* dibandingkan dengan warung kopi atau kedai kopi lainnya. Berikut adalah kutipan dari narasumber yang merasa dirinya lebih nyaman di *coffee shop* di Banda Aceh :

“Pastinya minum kopi saat saya datang ke *coffee shop* dimana kopi yang saya inginkan dibuat dengan teknik penyeduhan yang benar, sehingga mendapatkan cita rasa yang pas saat di minum dan didukung dengan fasilitas yang nyaman untuk berkumpul, karena dibandingkan dengan warung kopi mas yang sama-sama menjual minuman kopi namun teknik yang digunakan sangat sederhana mas sehingga tidak bisa mendapatkan cita rasa dari minuman kopi itu sendiri, tapi selain itu juga nongkrong sama ngobrol sama temen-temen soal kuliah, fasion, sampai-sampai pacaran juga, kalau diwarung kopi menurut saya kurang nyaman dari segi fasilitas dan lingkungannya .”³²

Dari konsep yang diangkat dari *coffee shop* di Banda Aceh menyediakan kenyamanan dan edukasi mengenai jenis-jenis kopi dan cita rasa yang diinginkan bagi konsumen. Hal itu terbukti fungsi *coffee shop* bagi konsumen penikmat kopi adalah sebagai media komunikasi untuk mengekspresikan dirinya kepada lingkungan dan pihak lainnya. Sebagai mana dijelaskan dari teori fungsionalisme yang dikemukakan oleh Malinowski bahwa setiap kelompok sosial atau organisasi sosial yang memiliki

³¹[http://www.scribd.com/mobile/doc/47_065292?width=683/fungsionalismen Malinowski](http://www.scribd.com/mobile/doc/47_065292?width=683/fungsionalismen%20Malinowski) – scribd, diakses pada tanggal 18 Juni 2023.

³²Wawancara bersama penikmat Pustaka Coffee berinial “S”, pada Sabtu 17 Juni 2023

kesenangan untuk berkumpul dan berinteraksi, baik untuk melakukan kegiatan yang bersifat penting ataupun hanya sekedar bersantai.³³ Namun kegiatan serta aktifitas tersebut sengaja dilakukan hingga terjadi secara terus-menerus, dan perilaku tersebut berkembang kedalam bentuk yang lebih *solid* atau akrab. Tanpa disadari segala kesenangan dan keinginan manusia terhadap sesuatu hal selalu sengaja untuk dipenuhi dan dianggap sebagai bagian dari kebutuhan. Dalam suatu perkumpulan kelompoknya seseorang dapat dengan sengaja merekayasa keadaan atau situasi.

“Tertarik sama suasana tempatnya dan cocok untuk berkumpul sama keluarga dan menu makanan yang lengkap. bahkan dia sering kali mengunjungi *coffee Shop* karena memiliki ruang terkhusus atau ruang indoor yang sudah di desai dengan se unik dan menyenangkan mungkin untuk pengunjung dari kalangan mahasiswa, dan sudah menjadi ruang Publik untuk perempuan bebas dalam mengerjakan berbagai kegiatan mereka.”³⁴

Menjabarkan kemunculan *coffee shop* di Banda Aceh merupakan kunci utama dari perkembangan masyarakat urban dalam menikmati sebuah kopi dengan penawaran konsep yang berbeda dari warung kopi pada umumnya. Perkembangan zaman serta mobilitas dan gaya hidup masyarakat *urban* memunculkan suatu ide atau gagasan baru. Terdapat tiga proses perubahan kebudayaan yang berpengaruh terhadap ide atau gagasan baru pada masyarakat:

(1) Invensi, yakni proses di mana ide-ide baru diciptakan dan dikembangkan.

³³Ainun Nadrah Santoso. *Fungsi Coffee Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi*, Departemen Antropologi, FISIP, Universitas Airlangga Vol.VI/No.1/Pebruari 2017, hlm 18.

³⁴Wawancara bersama penikmat Moorden Coffee berinal “N”, pada Minggu 18 Juni 2023

Tahapan ini individu baru memikirkan sebuah konsep baru berupa ide dan belum direalisasikan dalam kehidupan nyata. Namun tindakan tersebut akan dikemukakan sebagai temuan baru. Jika dikaitkan dengan temuan data lapangan, invensi muncul pada owner atau pemilik *coffee shop* sebagai pemikir dalam mengembangkan bidang usaha yang bergerak di bidang kopi.

- (2) Difusi, yakni proses di mana ide-ide baru itu dikomunikasikan ke dalam sistem sosial. Tahapan ini muncul sebuah gagasan yang akan menjadi sebuah nilai sosial dalam masyarakat apabila perkembangan sebuah gagasan di setuju menjadi nilai dalam masyarakat akan berkembang menjadi norma atau nilai dan dapat diwujudkan menjadi sebuah kebudayaan dalam masyarakat. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan temuan data lapangan, bahwa *coffee shop* melakukan difusi sosial dimana penerapan *coffee shop* tidak hanya pada kalangan tertentu saja namun dapat diterima diberbagai kalangan dan menjadi salah satu lokal penyedia kopi yang memiliki konsep rumahan sehingga dapat diterima konsumen dari berbagai kalangan termasuk kalangan kaum wanita.
- (3) Konsekuensi, yakni perubahan-perubahan yang terjadi dalam sistem sosial sebagai akibat pengadopsian atau penolakan dari sebuah inovasi. Perubahan terjadi jika penggunaan atau penolakan ide baru itu mempunyai akibat. Tahapan tersebut masyarakat akan menilai sebuah ide baru yang muncul sesuai dengan masyarakat atau tidak dalam tahapan tersebut dapat memunculkan sebuah kontroversi dalam masyarakat. Jika

dikaitkan dengan temuan data lapangan inovasi yang dilakukan oleh pemilik *coffee shop* yaitu tidak hanya menyediakan sebuah sajian menu dan langsung dikonsumsi oleh konsumen namun pihak *coffee shop* melakukan edukasi atau menjelaskan bagaimana jenis kopi dalam menu yang disajikan.

E. Persepsi Masyarakat Banda Aceh Terhadap Keberadaan Perempuan di *Coffee Shop*

Aceh terkenal dengan predikat provinsi ‘Seribu Satu Warung Kopi, Tradisi menikmati kopi (ngopi) bukanlah hal baru bagi masyarakat yang berada di ujung kepulauan Sumatera ini. Istilah ngopi pun mengalami *redefinisi*. Ngopi tidak lagi hanya dipakai untuk menunjukkan perilaku meminum kopi, tapi bisa juga dimaknai sebagai kegiatan selain menikmati kopi. Istilah gaul ngopi yang berasosiasi dengan kopi pun bukan lagi sekedar menggambarkan perilaku menyeruput kopi hitam atau pakai susu (sanger) tapi juga berarti isyarat untuk ngumpul atau warung kopi tanpa harus memesan kopi untuk dinikmati.

Akibat dari pergeseran makna ngopi, fungsi warkop pun mengalami perubahan. Bukan hanya dari segi konsep (tradisional vs *modern*), dari nama yang diberikan (warkop vs *coffee Shop*), dari jenis kopi yang ditawarkan (Robusta vs Arabica), dan pilihan kopi yang disuguhkan (kopi hitam vs *expresso*). Namun yang paling signifikan adalah dari aspek pengunjung yang datang. Umumnya, laki-laki yang mendominasi setiap sudut warkop. Namun saat ini, hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai latar belakang usia, dan status ekonomi, sosial, pendidikan beragam dapat duduk di warung kopi.

Bahkan kehadiran perempuan pun sudah semakin banyak ditemukan berkumpul dan berinteraksi di warung kopi, sehingga mementahkan pandangan umum bahwa warung kopi adalah area publik milik kaum lelaki.

Berbeda dengan warung kopi yang selepas Subuh sudah ramai dikunjungi kaum pria, kehadiran warung kopi *modern* yang nama lainnya *coffee shop* yang memiliki 1001 nama dengan konsep yang umumnya mengikuti selera pasar masa kini, memiliki variasi pengunjung yang lebih beragam dibandingkan warung kopi. Pengunjung umumnya adalah kalangan kaum muda, baik laki-laki dan perempuan. *Coffee shop* ini baru buka siang hari pukul 10 pagi hingga tutup tengah malam. Kondisi ini berdampak terhadap perubahan sosial budaya masyarakat Aceh. Dalam wawancara dengan Salah satu Mahasiswi Banda Aceh berinisial “P” menyatakan bahwa warung kopi/*coffee shop* sebagai salah satu pusat interaksi berdampak terhadap perubahan perilaku perempuan di Kota Banda Aceh dalam beberapa aspek kehidupan sosial.

“Warung kopi/*coffee shop* menimbulkan dampak positif yang mengarah pada perubahan perekonomian yang lebih baik, dan dampak negatif yang mengarah pada perubahan perilaku sosial bagi kehidupan masyarakat Aceh. Masyarakat memandang keberadaan perempuan di warung kopi/*coffee shop* merupakan sebuah permasalahan karena tidak sesuai dengan adat dan budaya yang berlaku dalam tatanan kehidupan masyarakat Aceh.”³⁵

Terungkap dari beberapa pandangan masyarakat yang memandang perempuan duduk di warung kopi/*Coffee Shop* :

1. Wawancara dengan bapak Syarifuddin, M.A, ph.D yang merupakan perwakilan dari akademisi yang berpendapat bahwa:

³⁵Wawancara bersama Mahasiswi Banda Aceh berinisial “P”, pada Jumat 16 Juni 2023

“Dalam persepsi saya kehadiran perempuan di *Coffee Shop* untuk melakukan berbagai aktivitas adalah hal yang wajar dan lumrah, karena setiap insan memiliki hak dan kesempatan yang sama, akan tetapi ada beberapa hal yang harus di jaga, kehadiran perempuan di *Coffee Shop* tentunya ada batasan-batasan, seperti batasan adat, batasan budaya, dan batasan syariat. Artinya perempuan harus hadir bersama mahramnya untuk menikmati kopi maupun untuk melakukan aktivitas lainnya. Dan ada batasan waktu dimana batasan untuk perempuan yang mengunjungi *Coffee Shop* sampai jam 11.00 malam, untuk menjaga tradisi, budaya, dan syariat islam yang sudah dikenal dan di dukung oleh masyarakat luas. Untuk perempuan baik dari kalangan ibu-ibu, remaja, dan mahasiswa, itu harus menjaga kehormatan dan wibawanya sebagai makhluk Allah yang sangat di hormati. untuk konsep *Coffee Shop* yang ramah terhadap pengunjung perempuan adalah *Coffee Shop* yang sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang perempuan butuhkan seperti kamar mandi yang khusus untuk perempuan, ruang musholla yang khusus untuk perempuan agar terhindar dari hal-hal yang tidak di inginkan.”

2. Wawancara dengan Tgk. Hafidz Buzza yang merupakan Tokoh Agama yang mengajar di pesantren Buztanuzzahidin al-amiriyah salah satu Pesantren yang terletak di Aceh Besar, beliau berpendapat bahwa:

“Dalam Persepsi saya kehadiran perempuan di *Coffee Shop* adalah haram, jika perempuan yang berkunjung ke *Coffee Shop* tidak dengan mahramnya, karena saya telah melihat sendiri dimana saat ini perempuan yang mengunjungi *Coffee Shop* tidak lagi memperhatikan peraturan-peraturan agama, mereka tidak menutup aurat yang sesuai dengan yang di perintahkan dalam agama, mereka tidak menjaga batasan antara lawan jenis, yang paling fatal adalah mereka duduk di *Coffee Shop* tersebut hingga larut malam

seakan mereka lupa bagaimana posisi mereka sebagai perempuan muslim yang tinggal di daerah yang sudah dikenal dengan kental akan syariat islam dan perempuan sangat di hormati seharusnya mereka lebih memperhatikan hal-hal yang seharusnya dijaga dan harus di patuhi. Saran dari saya untuk masyarakat Aceh khususnya Banda Aceh, terutama kepada pemerintah dan pejabat setempat harus lebih memperhatikan dan mengeluarkan peraturan yang harus dipatuhi bagi perempuan yang mengunjungi *Coffee Shop* agar perempuan tetap terjaga kehormatannya.”

3. Wawancara dengan Rifqah Basyirah yang merupakan budayawan perempuan. Rifqah berpendapat bahwa:

“ Menurut pandangan saya, perempuan yang mengunjungi *Coffee Shop* sudah dianggap biasa dan hal yang lumrah karena seperti yang diketahui *Coffee Shop* merupakan sebuah tempat umum yang biasa dikunjungi masyarakat baik itu laki-laki maupun perempuan”. Dalam wawancara yang sama, informan juga mengatakan walaupun menurut nya suatu hal yang lumrah jika perempuan mengunjungi *Coffee Shop* namun untuk informan sendiri bukan tipikal yang suka nongkrong di *Coffee Shop*, informan hanya sekedar membeli minuman atau makanan untuk kemudian dibawa pulang. Informan sangat selektif dalam pemilihan *Coffee Shop* yang akan dikunjungi, biasanya *Coffee Shop* yang dikunjungi adalah *Coffee Shop* modern yang memiliki konsep kekiniaan. Berdasarkan hasil wawancara, ada beberapa *Coffee Shop* yang sering dikunjungi informan yaitu, Urband, Island, Put & Key, Bite & Co, Cheezetea dan lain sebagainya.

4. Wawancara dengan bapak berinisial “A,” berpendapat bahwa: “Menurut saya tidak baik-baik kalau ada perempuan duduk di warung kopi, kebanyakan sekarang perempuan duduk di warung kopi tidak memiliki tata karma yang baik, contoh: tidak memakai jilbab, merokok, bersuara keras yang tidak semestinya,

menampakkan aurat di depan keramaian laki-laki dan berpacaran. Kecuali perempuan-perempuan ini datang bersama keluarga mereka”.³⁶

5. Wawancara dengan bapak berinisial “Z”, berpendapat bahwa: “saya melihat perempuan-perempuan sekarang tidak memiliki rasa malu ketika duduk warung kopi, mereka duduk berjam-jam di warung kopi sampai tengah malam bahkan banyak dari mereka itu tidak memakai jilbab. Seharusnya mereka sadar Aceh ini kota serambi mekah dan menerapkan Peraturan *Syariat* Islam. Tak pantas perempuan-perempuan seperti itu duduk di warung kopi. Jika mereka bisa mentaati peraturan di Aceh boleh-boleh saja saya tidak permasalahan. Tapi kenyataan sekarang perempuan-perempuan di Aceh yang duduk di warung kopi tidak mencerminkan wanita yang baik. Banyak sekarang kita melihat di berita perempuan-perempuan di Aceh khusus di Banda Aceh memanfaatkan Warung kopi sebagai tempat transaksi Prostitusi Online”.³⁷
6. Wawancara dengan bapak berinisial “I”, salah satu pemilik warung kopi di Banda Aceh: “warung kopi kami membuat aturan untuk perempuan, perempuan yang berhadir di warung kopi kami tidak boleh melewati jam 10 malam, kecuali mereka datang bersama suami ataupun sanak keluarga. Sebab warung kopi kami sudah di tegur oleh pihak aparaturnya Gampong dan Satpol PP/WH Banda Aceh”.³⁸

³⁶Wawancara bersama Pengunjung warung kopi di Banda Aceh berinisial “A”, pada Rabu 12 Juli 2023.

³⁷Wawancara bersama Pengunjung warung kopi di Banda Aceh berinisial “Z”, pada Rabu 12 Juli 2023.

³⁸Wawancara bersama pemilik warung kopi di Banda Aceh berinisial “I”, pada Selasa 11 Juli 2023.

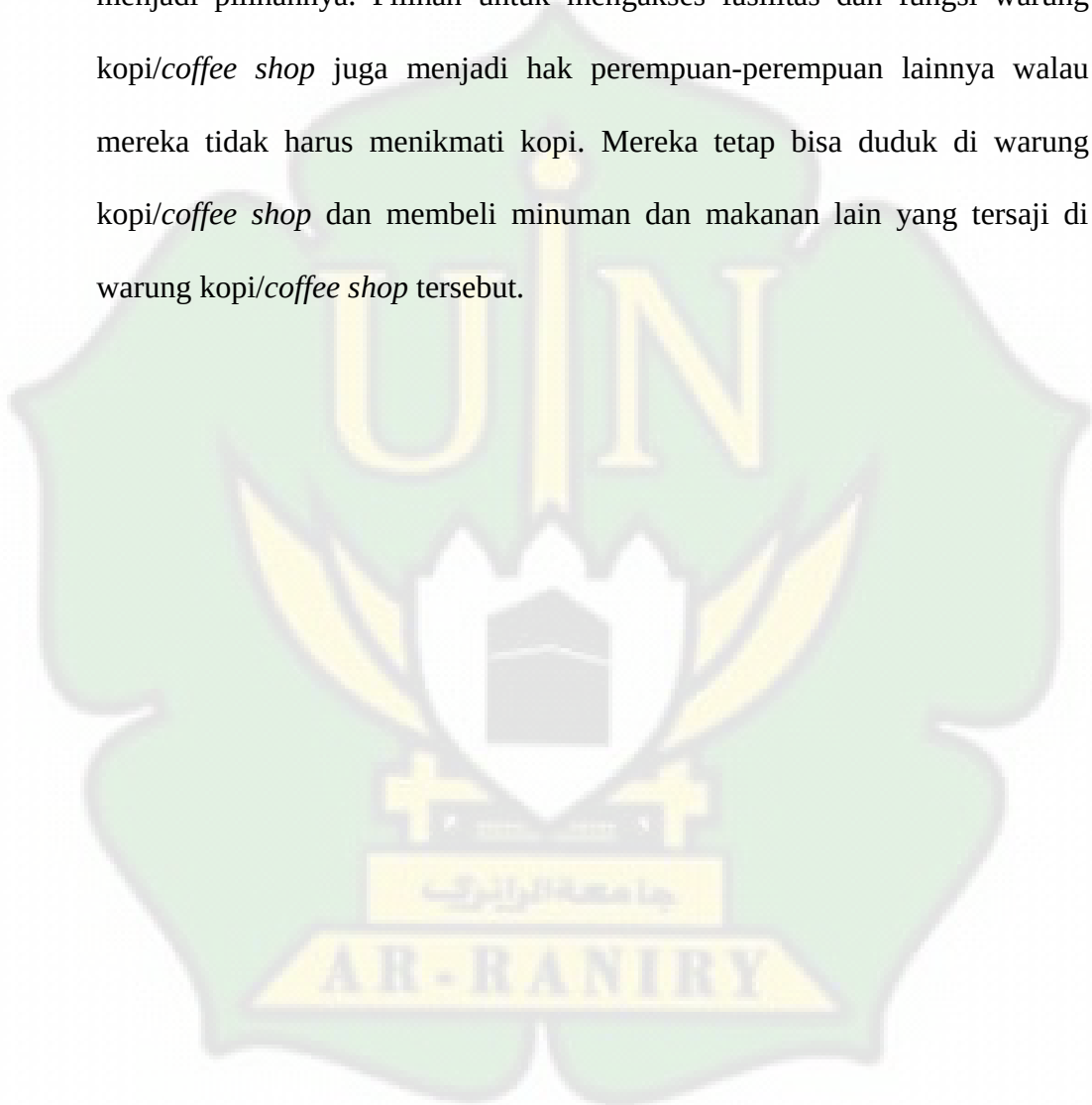
Menariknya dari hasil wawancara di atas, Kota Banda Aceh secara gamblang, bahwa masyarakat secara umum masih memandang kehadiran perempuan di warung kopi/*coffee shop* di Banda Aceh sebagai sesuatu yang larangan dan secara sosial tidak pantas. Terlepas apakah perempuan tersebut berada di warung kopi/*coffee shop* untuk menikmati kopi atau ngopi dalam konteks lain.

Namun, kegiatan ngopi pun meningkat terus popularitasnya di kalangan masyarakat dan kaum perempuan muda. Hal ini disebabkan oleh menjamurnya berbagai *coffee shop* yang menjual minuman berkafein tersebut (baik perusahaan nasional dan multinasional). Selain itu, berkembangnya hasil penelitian ilmiah yang memperlihatkan dampak positif kopi terhadap kesehatan (disamping efek sampingannya), khususnya terhadap perempuan.

Nilai sebuah tradisi dan budaya merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap bagaimana seseorang atau masyarakat memaknai, menerjemahkan dan memahami suatu fenomena,³⁹ termasuk isu kehadiran perempuan di ruang publik seperti warung kopi/*coffee shop*. Makna dan fungsi warung kopi/*coffee shop* bagi masyarakat Aceh secara umum masih sama adalah ruang publik yang menjadi sarana untuk menikmati kopi dan segala sajian pendampingnya sambil bersilaturahmi, berinteraksi, dan berkomunikasi akan berbagai hal. Hak untuk dapat bertegur sapa, bertukar informasi, dan berdiskusi dengan kerabat dan sejawat, bukanlah hak istimewa

³⁹B. Lewis, & J. Lewis. *Health Communication: A Media and Cultural Studies Approach*. (Palgrave: Macmillan 2014), hlm 65

yang melekat dan hanya dapat dilakukan oleh kaum laki-laki di warung kopi/*coffee shop*. Perempuan Aceh, juga punya hak yang sama akan fungsi warung kopi/*coffee shop*, khususnya dalam menikmati kopi Aceh yang menjadi pilihannya. Pilihan untuk mengakses fasilitas dan fungsi warung kopi/*coffee shop* juga menjadi hak perempuan-perempuan lainnya walau mereka tidak harus menikmati kopi. Mereka tetap bisa duduk di warung kopi/*coffee shop* dan membeli minuman dan makanan lain yang tersaji di warung kopi/*coffee shop* tersebut.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian adalah:

1. Akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh telah diterima di *coffee shop*, akan tetapi memang kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi khusus. Bahwa kondisi-kondisi khusus tersebut terkait soal waktu kunjungan dan pakaian. Sebagai contoh, jika kunjungan ke warung kopi tradisional ataupun *modren* lebih dari pukul 22.00 atau pada saat *adzan* Magrib akan menimbulkan kesan yang buruk bagi dirinya, sedangkan laki-laki lebih bebas menentukan waktunya tanpa akan dianggap buruk bagi masyarakat. Kebanyakan perempuan Banda Aceh mendatangi *coffee shop* yang berada dekat pusat kota ataupun yang berdekatan dengan akses keramaian seperti perkantoran dan kampus. Sangat jarang di jumpai kaum perempuan yang mengunjungi warung kopi yang ada di perkampungan atau jauh dari akses keramaian.
2. Konsep *coffee shop* yang ramah terhadap perempuan berbeda-beda dengan *coffee shop* yang lainnya. Pengunjung perempuan memanfaatkan untuk membaca, bekerja, dan produktivitas. berkembangnya teknologi, *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum perempuan menikmati koneksi *internet* gratis. *Coffee shop* menjadi

tempat favorit kaum perempuan perkotaan serta tempat untuk berkumpul yang telah melekat dan menjadi gaya hidup. Hal ini mengakibatkan beberapa pengunjung perempuan di *coffee shop* memiliki kecenderungan untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di *coffee shop*.

3. Persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di *coffee Shop* masih banyak memandang perempuan yang berhadir di *coffee shop* sesuatu yang tidak baik. Alasan dari masyarakat karena kebanyakan perempuan di *coffee shop* menampakkan auratnya bahkan sampai larut malam perempuan duduk di *coffee shop*. Seharusnya mereka sadar Aceh ini kota serambi mekah dan menerapkan Peraturan *Syariat* Islam. Namun apabila mereka berhadir dengan mentaati peraturan *Syariat* Islam di Kota Banda Aceh diperbolehkan dan menjadi pandangan baik bagi masyarakat.
4. Berdasarkan hasil penelitian dari skripsi ini penulis menyimpulkan bahwa perempuan di Banda Aceh ini sudah memiliki keleluasaan yang lebih di bandingkan dengan perempuan di periode-periode sebelumnya. Baik dari segi lain bagaimana mereka bisa aktif diluar rumahnya. Jika dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya, wilayah perempuan hanya terbatas pada rumahnya sendiri, kemudian ke pasar, dan menghadiri momen-momen tertentu seperti *kanduri*. Selebih itu mereka tidak memiliki akses untuk bersosialisasi ditempat-tempat lain seperti warung kopi dan *coffee shop*. Karena periode-

periode sebelumnya warung kopi atau tempat-tempat berkumpul diluar rumah itu tidak baik untuk perempuan, dan seolah-olah tempat tersebut hanya boleh di tempati oleh laki-laki saja dan terlihat aneh kalau seandainya ada perempuan yang duduk di warung kopi. Tempat yang perempuan kunjungi di *coffee shop* berkaitan dengan harga, menu, fasilitas, dan kenyamanan tempat. Lama waktu yang digunakan perempuan di *coffee shop* dalam melakukan kegiatannyapun juga bervariasi, ada yang paling cepat sekitar satu jam, itu tergantung dari teman-teman atau ada kepeningtingan lainnya.

Mayoritas yang mereka lakukan adalah mengobrol, bercanda, curhat dengan teman-teman mereka, menikmati suasana dan mengabadikan momen ketika mengkonsumsi kopi dengan cara berfoto bersama yang kemudian di unggah ke media sosial. Waktu yang digunakan untuk mengkonsumsi kopi pun seperti wajib dalam setiap harinya. Ada yang sehari melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi sekali, dua kali, dan bahkan sampai tiga kali. Waktu yang sering digunakan untuk mengkonsumsi kopi adalah pagi, siang atau sore sepulang beraktifitas dan malam hari. Berarti bisa dikatakan bahwa gaya hidup yang santai bagi perempuan peminum kopi ini tercipta karena merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan ketika mengkonsumsi minuman kopi. Motivasi individu sebagai awal tujuan yang ingin mereka capai, serta didukung oleh faktor ekonomi individu dan teman sepermainan yang mendukung mereka melakukan perilaku

konsumtif (royal) yang bisa dikatakan berlebihan. Pengaruh yang diberikan oleh teman sepermainan juga sangatlah besar. Teman sepermainan bisa dikatakan sebagai tempat dimana peminum kopi bisa merasa nyaman dengan menjadi diri mereka sendiri dan teman-teman yang selalu menemani dalam melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi. Apabila keberadaan dari teman sepermainan ini dihilangkan mungkin akan berpengaruh besar terhadap perilaku konsumtif yang mereka lakukan.

Bagi perempuan peminum kopi, keberadaan *coffee shop* tidak hanya sebagai pemuas rasa haus dan lapar, melainkan sebagai sarana untuk membangun kehidupan sosial, nongkrong, atau *hangout*. Aktivitas minum kopi di *coffee shop* juga sebagai sarana mengkonfirmasi identitas dan kebanggaan bagi perempuan peminum kopi. Adanya budaya ngopi tersebut telah melahirkan pola interaksi langsung antar sesama. Maka dengan adanya berbagai permasalahannya yang diobrolkan, *coffee shop* ibarat wadah atau ruang publik dengan berbagai informasi dari beragam kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* merupakan tempat yang enak dan nyaman untuk kumpul, diskusi maupun hanya sekedar nongkrong saja.

Gaya hidup masyarakat saat ini untuk memenuhi kebutuhannya seperti halnya minum kopi saat ini mulai berkembang dengan adanya tempat-tempat yang menyediakan berbagai olahan

kopi yang biasanya disebut dengan nama *coffee shop*. Dengan berkembangnya masyarakat *urban* (perkotaan), *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum muda perkotaan serta tempat untuk berkumpul yang telah melekat dan menjadi gaya hidup anak muda. Hal ini mengakibatkan beberapa pengunjung *coffee shop* memiliki kecenderungan untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di *coffee shop*. Kecenderungan beraktivitas rutin ini secara sadar maupun tidak mengakibatkan penggunaan ruang yang terus berulang sehingga dapat menciptakan keterikatan emosi pada tempat tersebut.

Anak muda khususnya perempuan dan kebiasaan berkumpul adalah dua hal yang sudah melekat. Maraknya warung kopi atau *coffee shop* di kota besar di Indonesia mengakibatkan *coffee shop* menjadi tempat interaksi sosial dan gaya hidup anak muda saat ini. *coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi telah menjadi sebuah tempat berkumpul, bersosialisasi, hiburan, produktivitas, dan kegiatan bisnis yang secara berkala dilakukan baik secara individu maupun kelompok.

Kini kegiatan ngopi di *coffee shop* sudah menjadi hal yang biasa untuk perempuan. Pada akhirnya menjadikan sebuah kebiasaan karena kegiatan tersebut dilakukan berulang-ulang. Perempuan yang datang menikmati kopi di *coffee shop* Banda Aceh sudah menjadi budaya baru karena kegiatan tersebut dilakukan secara terus menerus dan berulang.

B. Saran

Berdasarkan pengkajian hasil penelitian dilapangan maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi lembaga terkait maupun bagi peneliti-peneliti lain, yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada para masyarakat agar tidak memandang semua perempuan yang berhadir di *coffee shop* sebagai hal yang aneh, tidak semua perempuan memiliki sifat tidak baik saat berhadir di *coffee shop*. Perempuan memiliki hak dan ruang untuk beraktifitas baik itu duduk di *coffee shop*.
2. Secara spesifik kajian skripsi ini diharapkan mampu untuk menindak lanjuti hasil penelitian ini. Khususnya yang menyangkut tentang akses perempuan terhadap ruang publik.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anderson, L.W., Krathwohl, D.R, dan Bloom, B.S. *A Taxonomy For Learning, Teaching and Assesing*. New York: Longman, 2001.
- Djam'an. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA, 2011.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia*.
- Laurens, Joyce Marcella. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*, Jakarta: Grasindo, 2004.
- Lewis, B. & J. Lewis. *Health Communication: A Media and Cultural Studies Approach*. Palgrave: Macmillan 2014.
- Madanipour, Ali. *Design of Urban Space*, New York : Wiley, 1996.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Manan, Abdul. *Metode Penelitian Etnografi*. Aceh Besar: Aceh Po Publishing, 2021.
- _____. *Pedoman Skripsi Untuk Mahasiswa*. Banda Aceh: Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2011.
- Rismianti, E catur dan I.G. Bondan Suratno. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Satori, Djama'an, dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Setyosari, Punaji. *Metode Penelitiandan Pengembangan*, Jakarta: Kecana, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Yanggo, Huzaemah T. *Hukum Keluarga dalam Islam*, Palu: YAMIBA, 2013.

B. Internet

- <https://freshexpressions.com/2020/06/22/first-second-and-third-places-are-changing-and-so-will-our-ministry-in-them> Terjemahan buku karangan Ray Oldenburg. *The Great Good Place (Third Places)*. (New York: Marlowe & Company. 1998.
- <http://www.scribd.com/mobile/doc/47065292?width=683/fungsionalismen> Malinowski – scribd,

C. Jurnal dan Skripsi

- Aisyah, Siti. *Peran Perempuan Dalam Masyarakat Di Aceh (Studi kasus terhadap pandangan aktifis pusat studi wanita Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*, Skripsi, Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.

- Djalal, Taufiq, Arlin Adam, Syamsu A Kamaruddin. Indonesian Journal of Social and Educational Studies Vol.3, No.2, 2022 *Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard*.
- Grace, Imam, Santosa, Achmad Syarief. *Gender dan Place Attachment pada Coffee Shop di Bandung*. Jurnal Magister Desain, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Teknologi Bandung. (2015).
- Habibie, Silmi. *Perlindungan Tenaga Kerja Wanita Pada Coffee Shop Di wilayah Kota Banda Aceh dalam Perspektif Akad Ijârah 'Ala Al-'amal (Suatu Penelitian Di Coffee Shop Kecamatan Syiah Kuala)*, Skripsi, Universitas Islam Ar-raniry Banda Aceh, 2022.
- Herlyana, Elly. " *Fenomena coffee shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru bagi Kaum Muda*", Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012).
- Humanika Vol. 23 No. 1 (2016) Issn 1412-9418 *Pergeseran Nilai-nilai Budaya Pada Suku Bonai sebagai Civic Culture Di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau* Ryan Prayogi, Endang Danial.
- Manan, Abdul, Salasiyah, dkk. *Paddy Cultivation Ritual In South Aceh. Indonesia: An Ethnographic Study in West Labuhan Haji*. Jurnal Cogent Social Science, Tylor & Francis, 2022.
- Marfu'ah, Siti, Fernandez, Wahyubinartara. " *Perempuan atau Wanita? Makna Perjuangan di Balik Kata*". RMI, 2019.
- Prihutami, Deazaskia. *Ruang Publik Yang Berhasil*, Skripsi Program Studi Arsitektur FTUI, 2008.
- Ramadayanti, Elsa. *Strategi pengembangan breacktime Coffee Shop Banda Aceh pasca covid-19 dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022.
- Said, Irwanti. " *warung kopi dan gaya hidup modern*", Jurnal Al-Khitabah Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar (2017).
- Santoso, Ainun Nadrah. *Fungsi Coffee Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi*, Departemen Antropologi, FISIP, Universitas Airlangga Vol.VI/No.1/Pebruari 2017.
- Sartika, Rani. *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang*. Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji (2017).
- Setiati, Grace, Imam Santosa, Achmad Syarief. *Gender dan Place Attachment pada Coffee Shop di Bandung*. Jurnal Magister Desain, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Teknologi Bandung. (2015).
- Siti, Marfu'ah, Fernandez, Wahyubinartara. " *Perempuan atau Wanita? Makna Perjuangan di Balik Kata*". RMI, 2019.
- Prihutami, Deazaskia. *Ruang Publik Yang Berhasil*, Skripsi Program Studi Arsitektur FTUI, 2008.
- Woldoff, Lozzi & Dilks. *The Social Transformation of Coffee Houses: The Emergence of Chain Establishments and the Private Nature of Usage*. International Journal of Social Science Studies, 2013.

D. Informan

Wawancara bersama Mahasiswi Banda Aceh berinisial “P”, pada Jumat 16 Juni 2023.

Wawancara bersama pemilik warung kopi di Banda Aceh berinisial “T”, pada Selasa 11 Juli 2023.

Wawancara bersama Pengunjung warung kopi di Banda Aceh berinisial “A”, pada Rabu 12 Juli 2023.

Wawancara bersama Pengunjung warung kopi di Banda Aceh berinisial “Z”, pada Rabu 12 Juli 2023.

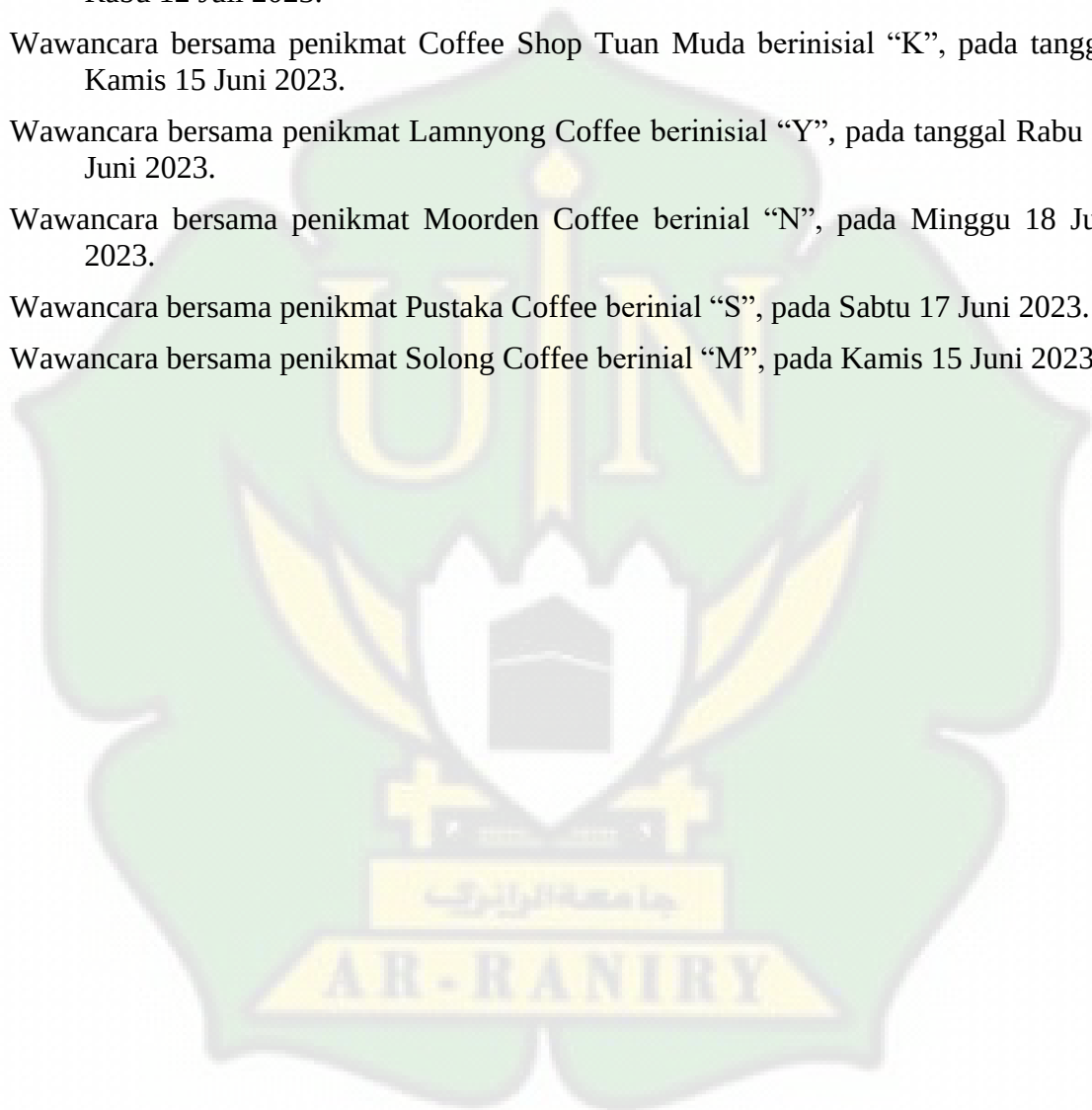
Wawancara bersama penikmat Coffee Shop Tuan Muda berinisial “K”, pada tanggal Kamis 15 Juni 2023.

Wawancara bersama penikmat Lamnyong Coffee berinisial “Y”, pada tanggal Rabu 14 Juni 2023.

Wawancara bersama penikmat Moorden Coffee berinisial “N”, pada Minggu 18 Juni 2023.

Wawancara bersama penikmat Pustaka Coffee berinisial “S”, pada Sabtu 17 Juni 2023.

Wawancara bersama penikmat Solong Coffee berinisial “M”, pada Kamis 15 Juni 2023.



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY
Nomor :1944/Un.08/FAH/KP.00.4/12/2022

Tentang
PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY

DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY

- Menimbang :**
- bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut.
 - bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing.
- Mengingat :**
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Nomor 74 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Nomor 23 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
 - Peraturan Pemerintah No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementrian Agama sebagai Instansi yang Menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
 - DIPA BLU UIN Ar-Raniry Nomor: SP DIPA-025.04.2.423925/2022 tanggal 12 November 2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :** **SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY TENTANG PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY**

- KESATU :** Menunjuk saudara :
1. Prof. Dr. Phil. Abdul Manan, M.Sc., M.A.
(Sebagai Pembimbing Pertama)
 2. Ikhwan, M.A.
(Sebagai Pembimbing Kedua)

Untuk membimbing skripsi

Nama/NIM : Nur Azura/ 190501011

Prodi : SKI

Judul Skripsi : Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik (Studi Kasus Coffe Shop di Banda Aceh)

- KEDUA :** Surat keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada tanggal 06 Desember 2022
Dekan


SYARIFUDDIN

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry
2. Ketua Prodi SKI
3. Pembimbing yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
AR-RANIRY FAKULTAS ADAB
DAN HUMANIORA**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : [0651- 7557321](tel:0651-7557321), Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 1249/Un.08/FAH.I/PP.00.9/07/2023

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Solong Coffee
2. Tuan Muda Kopi
3. Toko Kopi Kiri
4. Moorden Coffee
5. Pustaka Coffee
6. Lamnyong Kopi

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **NUR AZURA / 190501011**

Semester/Jurusan : / Sejarah dan Kebudayaan Islam

Alamat sekarang : Tanjung Selamat, Darussalam

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik studi kasus (Coffee Shop Banda Aceh)**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 07 Juli 2023 an.

Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Nazaruddin, S.Ag, S.S, M.L.I.S.

Berlaku sampai : 10 Oktober 2023

Banda Aceh, 6-7-2023

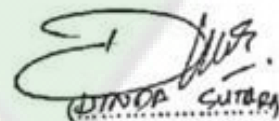
Perihal : Izin Penelitian Ilmiah

Kepada Yth
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry

Di-
Banda Aceh

1. Sehubungan dengan maksud surat Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Nomor: Nomor : 1249/Un.08/FAH.I/PP.00.9/07/2023 tanggal 9 Juli 2023 Tentang Penelitian Ilmiah Mahasiswa atas nama **NUR AZURA NIM: 190501011** pada prinsipnya kami dapat memberikan izin untuk **MELAKUKAN** Penelitian Ilmiah Mahasiswa dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul “Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik studi kasus (*Coffee Shop* Banda Aceh)”.
2. Demikian kami sampaikan sebagai bahan seperlunya dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Manager Moorden *Coffee*
Banda Aceh, 6-7-2023



(DINDA SUTAPA)

DAFTAR WAWANCARA

1. Mengapa anda datang ke *Coffee Shop* ini?
2. Sudah berapa kali anda ke *Coffee Shop* ini?
3. Dengan siapa anda datang ke *Coffee Shop* ini?
4. Memesan minuman atau makanan apa di *Coffee Shop* ini?
5. Datang jam berapa anda ke *Coffee Shop* ini?
6. Berapa lama anda menghabiskan waktu ngopi di *Coffee Shop* ini?
7. Berapa kali anda datang dalam seminggu?
8. Mengapa memilih ngopi *Coffee Shop* ini?
9. Apa kelebihan *Coffee Shop* ini dibanding *Coffee Shop* lain?
10. Selain ingin menikmati kopi, ada tidak tujuan lain datang ke *Coffee Shop* ini?
11. Apa pendapat anda tentang konsep *Coffee Shop* ini?
12. Menurut penulis *Coffee Shop* ini merupakan Cafe yang berkonsep feminim atau perempuan sekali, apa pendapat anda tentang hal ini? Apakah anda setuju? alasan?
13. Apakah sekarang *Coffee Shop* ini saat ini pengunjungnya lebih banyak perempuan dibanding laki-laki? Menurut anda bagaimana?
14. Apa pendapat anda tentang *Coffee Shop* ini, apakah termasuk ruang publik?
15. Menurut anda sebagai perempuan yang suka minum kopi ada tidak manfaat yang lebih yang anda rasakan saat ini dengan adanya *Coffee Shop* ini?

DAFTAR INFORMAN

NAMA	UMUR	PEKERJAAN
Nur Kumala	49 Tahun	PNS
Lisa Amelia	36 Tahun	PNS
Mulyani	23 Tahun	Mahasiswa
Miryazil Jannah	21 Tahun	Mahasiswa
Aika Andriani	21 Tahun	Mahasiswa
Afifa Shahira	21 Tahun	Mahasiswa
Helmi Bidiansari	22 Tahun	Mahasiswa
Maisarah	22 Tahun	Mahasiswa
Natasya Dilla	22 Tahun	Mahasiswa
Nazilla Humaira	27 Tahun	Pegawai Honorer
Rifqah Basyirah	22 Tahun	Budayawan
Syarifuddin, M.A, ph.D	53 Tahun	Perwakilan Akademisi
Tgk. Hafidz Buzza	32 Tahun	Tokoh Agama



Wawancara bersama pemilik *Coffee Shop*



Wawancara bersama pengunjung *Coffee Shop Solong*



Wawancara bersama pengunjung *Coffee Shop Tuan Muda*



Wawancara bersama pengunjung *Coffee Shop Moorden*



Wawancara bersama masyarakat pengunjung *Coffee Shop*

