

PENDORONG INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT ACEH DALAM WARUNG KOPI

Cut Khairani

Dosen Program Studi Administrasi Negara FISIP Universitas Almuslim

ABSTRAK

Warung kopi di Aceh sudah menggejala mulai pelosok desa sampai ke kota-kota, distribusinya melebihi jumlah tempat ibadah yang ada di Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor pendorong yang melatarbelakangi interaksi masyarakat Aceh dalam warung kopi. Metode yang digunakan adalah melalui pendekatan deskriptif – kualitatif dengan analisis data menggunakan grounded theory. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung kopi sudah menjadi budaya masyarakat sebagai pusat menemukan dan mendiskusikan berbagai permasalahan masyarakat. Interaksi sosial masyarakat dalam warung kopi didorong oleh motivasi eksotrik yang berupa eksistensi dan fungsi warung kopi sebagai ruang publik yang distimulir faktor informasi dan komunikasi. Keterbatasan tempat ruang hiburan dan rekreasi di Aceh dipandang sebagai pendorong (motivasi) masyarakat berkumpul dalam warung kopi sehingga berpotensi terjadinya interaksi sosial. Kepribadian atau situasi yang dialami tokoh masyarakat dan pemerintah, isu bencana alam dan kekerasan dalam masyarakat yang dipicu oleh pemberitaan media massa menumbuhkan simpati dan empati pengunjung mewujudkan interaksi sosial.

Kata Kunci: *Warung Kopi, Interaksi Sosial, Motivasi, Empati dan Simpati*

PENDAHULUAN

Warung kopi atau *keude kupa* (Aceh) adalah salah satu bentuk kedai tempat berlangsungnya jual beli terutama kopi dalam bentuk minuman. 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. Kenyataannya warung kopi juga menyediakan berbagai macam jenis minuman lainnya seperti teh, sirup, dan minuman botol atau minuman kaleng, serta makanan ringan seperti mie Aceh, martabak Aceh, dan kue-kue khas Aceh. Bahkan, sekarang warung kopi memberi fasilitas tidak hanya minuman dan makanan, tetapi juga musik, televisi satelit, dan akses internet selama 24 jam.

Mushalla (*meunasah*) dan juga kedai kopi (*keude kupa*) adalah dua pranata sosial dalam masyarakat Aceh yang sulit dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Menjadi bagian dari identitas masyarakat

Aceh itu sendiri. Keberadaan kedua pranata sosial ini menyebar di seluruh pelosok Aceh dan memiliki kesamaan fungsi untuk kegiatan sosialisasi dan interaksi di antara anggota masyarakat. Jika kehadiran *meunasah* ditengarai hadir saat penyebaran Islam, maka kedai kopi sulit ditelusuri sejarahnya. Namun kedai kopi diperkirakan sudah ada sejak masa penjajahan Belanda, yang memungkinkan masyarakat leluasa bersosialisasi dan berkumpul.

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’ niscaya mereka pun meninggalkan warung kopi menuju tempat pengajian untuk belajar ilmu-ilmu agama dan pengetahuan umum lainnya. Selain itu, bila ada permasalahan-permasalahan maka akan didiskusikan di warung-warung kopi dengan segala etika

untuk kemudian akan dibawa ke mesjid jika dirasa didapatnya jalan buntu untuk menyelesaikannya.

Sejak tahun 2002, hanya provinsi ini yang menerapkan syariat Islam di Indonesia. Salah satu peraturan yang ditetapkan adalah kewajiban menutup toko pada waktu shalat Jumat tiba. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, ada sedikit pergeseran nilai religiusitas pada kaum muslim di Aceh. Bahwa ketika azan Jumat berkumandang, segelintir mereka masih berada di warung kopi. Fenomena ini menjadi suatu keprihatinan karena bertentangan dengan spirit pelaksanaan syariat Islam.

Ada indikasi bahwa kedai kopi menjadi sangat populer pada tahun 1980-an sampai pertengahan 1990-an ketika masa DOM (Daerah Operasi Militer) diterapkan di Aceh. Bahkan ada wacana yang menyatakan bahwa kedai kopi juga menjadi sarana koordinasi antara panglima GAM serta dijadikan tempat perundingan tidak resmi antara pihak GAM dengan TNI (Tentara Nasional Indonesia). Tetapi pemberitaan di berbagai media seringkali hanya menyoroti banyaknya kedai kopi, serta kebiasaan masyarakat Aceh bermalas-malasan di kedai kopi. Belum ada informasi yang lebih detail apa saja yang melatar-belakangi di balik kebiasaan berlama-lama di kedai kopi tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian yang sesuai adalah deskriptif - kualitatif (*Descriptive Qualitative Research*). Penelitian yang bersifat kualitatif bertujuan untuk mengembangkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu dan atau menentukan frekwensi atau penyebaran suatu gejala dalam masyarakat. Penelitian dengan metode deskriptif adalah suatu metode dalam menentukan status kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Untuk membangun teori pada tingkatan substantif, diperlukan model analisis yang dikenal dengan pendekatan *grounded theory* atau teori dasar. Formulasi penafsiran secara teoritis

berakar dari data-data hasil opservasi atau pengamatan di lapangan. Harapannya adalah dapat menghasilkan suatu pemahaman mengenai dunia yang ada dan untuk mengembangkan tindakan-tindakan strategis yang akan memungkinkan melakukan beberapa pengukuran untuk memantau keseluruhan.

Teori *grounded* bergerak dari tingkat empirikal menuju ke tingkat konseptual-teoritikal. Artinya, teori *grounded* digunakan untuk membangun teori berdasarkan data. Dengan mempergunakan teori *grounded* maka dapat dibangun suatu konsep, kemudian membentuk suatu hipotesis dan akhirnya muncul suatu teori baru. Penelitian mengenai warung kopi sebagai ruang interaksi sosial masyarakat dilakukan penelitian secara langsung dengan terjun ke lapangan tanpa membawa konsep, teori dan hipotesis. Harapannya adalah agar peneliti tidak terjebak pada studi verifikatif yang memakai tingkat empirikal menyesuaikan dengan keinginan konseptual-teoritikal. Penelitian warung kopi dalam interaksi sosial masyarakat di Aceh dengan langsung terjun ke lapangan diharapkan bisa sepenuhnya menangkap kenyataan berdasarkan data lapangan itu sendiri, baik dalam mendeskripsikan apa yang terjadi maupun menjelaskan mengapa kejadian itu terjadi. Dengan demikian perumusan teori, konsep mengenai warung kopi sebagai ruang interaksi sosial benar-benar berdasarkan data hasil observasi yang dikembangkan secara induktif.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang ingin diteliti. Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Konsep objek penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk memperoleh informasi tertentu yang mengandung nilai atau ukuran bervariasi. Objek dari penelitian ini adalah interaksi

sosial yang berlangsung antara pengunjung di dalam suatu Warung Kopi yang berperan sebagai media interaksi sosial

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan cara-cara yaitu prosedur coding, yang terdiri atas tiga tahapan: open coding, axial coding, dan selective coding. Pengkodean adalah proses memilih-milih, mengkonseptualisasikan dan menyusun kembali data dengan baik untuk membangun teori mendasar (*grounded theory*) melalui data tersebut. Pengembangan teori dengan menggunakan pendekatan ini sepenuhnya didasarkan atas data observasi di lapangan dalam perspektif emik, sehingga di temukan teori yang bertolak dari penafsiran atau pemahaman tingkat pertama (*the first order understanding*) menurut perspektif emik si pelaku yang menjadi subjek penelitian itu sendiri. Untuk tujuan itu, dilakukan kegiatan pengkodean secara berurutan dan saling berkaitan yang meliputi *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*.

Pengujian keabsahan (*trustworthiness*) data dalam penelitian kualitatif diperlukan teknik pemeriksaan data secara seksama. Teknik pelaksanaan pemeriksaan data didasarkan atas sejumlah criteria tertentu. Penelitian memerlukan kriteria tertentu guna melihat derajat kepercayaan/kebenaran terhadap hasil penelitian. dalam penelitian kualitatif standard tersebut dinamakan keabsahan data (*trustworthiness*) (Guba dan Lincoln, dalam Muhadjir, 2000), mengemukakan bahwa untuk menetapkan keabsahan data kualitatif tersebut diperlukan teknik pemeriksaan terhadap kriteria data yang digunakan yaitu derajat kepercayaan (*Credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*Confirmability*).

Setelah validasi data wawancara, selanjutnya dilakukan validasi seluruh data penelitian dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data itu sendiri sebagai pembandingan terhadap data yang telah dikumpulkan dari objek penelitian. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu

wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Selain itu triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif. Lebih lanjut dijelaskan ada 4 (empat) macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan informasi, yaitu: Triangulasi dengan sumber data, Triangulasi pengamat, Triangulasi dengan teori dan Triangulasi dengan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Motivasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi sebagai faktor pendorong terjadinya interaksi sosial dalam warung kopi meliputi berbagai aspek kehidupan. Dalam warung kopi ini terjadi proses pembelajaran, mempengaruhi orang, memberikan pengalaman, melobi pekerjaan, mendapatkan relasi dengan berbagai pihak dan menumbuhkan rasa percaya diri yang kuat. Warung kopi juga menjadi semacam tempat sarana tempat hiburan dan bagian dari *life style* bagi sebagian besar masyarakat Aceh. Tempat hiburan seperti diskotik, bioskop, ataupun kelab malam tidak ada di Aceh. Hal ini membuat warung kopi Aceh sebagai salah satu tempat hiburan, tempat minum kopi, bertemu dengan teman dan rekan-rekan, relasi bahkan kumpul keluarga.

Berdasarkan pendapat di atas menunjukkan bahwa motivasi pengunjung ke warung kopi atas dasar untuk mencari pengalaman-pengalaman dan pengembangan relasi yang menyangkut dengan profesi masing-masing. Masyarakat Aceh umumnya sangat menjunjung tinggi syariat Islam sehingga adat istiadat yang menjadi budaya masyarakat hampir seluruhnya berakar pada syariat Islam. Oleh karena itu tempat-tempat hiburan seperti diskotik, bioskop, bar, alun-alun yang biasanya berada di pusat kota jarang ada di Aceh sehingga warung kopi menjadi pilihan masyarakat sebagai ruang publik yang dapat

menimbulkan motivasi untuk melangsungkan interaksi sosial. Selain itu juga didorong oleh citra rasa kopi warung menjadi alasan utama bagi pengunjung untuk datang ke warung kopi.

Kebanyakan warung kopi di Aceh telah dilengkapi fasilitas internet WIFI yang dapat dipergunakan secara gratis oleh pengunjung warung kopi. Ketersediaan jaringan internet gratis ini telah menjadi dorongan secara ekstrinsik bagi pengunjung warung kopi, terutama golongan muda dan mahasiswa untuk melaksanakan interaksi sosial secara leluasa tanpa dibatasi jarak dan waktu. Dengan demikian salah satu faktor pendorong atau motivasi yang mendasari terjadinya interaksi sosial masyarakat dalam ruang warung kopi diantaranya adalah warung kopi merupakan tempat berkumpulnya banyak orang dan tersedianya jaringan internet WIFI sebagai media interaksi yang disediakan oleh pihak manajemen warung kopi secara gratis. Semua kegiatan yang berlangsung dalam warung kopi bersifat informal sehingga identitas warung kopi menjadi lebih luas menjadi pusat informasi serta hiburan global yang dapat diakses secara gratis oleh pengunjung warung kopi.

Simpati

Faktor lain yang melandasi terjadinya suatu proses interaksi sosial adalah faktor simpati yang biasanya timbul tidak didasarkan pada pemikiran logika rasional secara tidak sadar. Faktor simpati merupakan suatu kecenderungan sikap manusia yang merasa dekat dan tertarik untuk mengadakan hubungan saling mengerti dan kerjasama dari pihak individu yang satu terhadap individu yang lain. Perasaan simpati yang timbul dengan tiba-tiba itu bisa juga disampaikan kepada seseorang ataupun kelompok orang atau suatu lembaga formal pada saat-saat khusus seperti masa-masa pemilihan kepada daerah atau pemilihan umum, turnamen sepak bola. Warung kopi menjadi langganan kelompok pemerintah, pengusaha, politikus, dan masyarakat biasa. Pada saat berita kemalangan tokoh terkenal banyak rasa simpati muncul dalam warung kopi.

Penyampaikan perasaan simpati ini dalam bentuk doa atau ucapan turut berdukacita.

Simpati diartikan sebagai ketertarikan seseorang kepada orang lain hingga mampu merasakan perasaan orang lain tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor simpati yang mendasari terjadinya interaksi sosial dalam warung kopi sangat banyak dan sering terjadi. Dalam simpati, perasaan memegang peranan penting. Simpati akan berlangsung apabila terdapat pengertian pada kedua belah pihak. Simpati lebih banyak terlihat dalam hubungan persahabatan, hubungan bertetangga, atau hubungan pekerjaan. Seseorang merasa simpati dari pada orang lain karena sikap, penampilan, wibawa, atau perbuatannya.

Empati

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perasaan empati sebagai salah satu dasar dan terbentuknya interaksi sosial masyarakat dalam warung kopi juga sering terjadi yang dipicu oleh pemberitaan media massa yang dapat diakses oleh masyarakat di warung kopi seperti koran, dan televisi. Perasaan empati pengunjung warung kopi terkait langsung dengan pemberitaan media seperti meningkatnya harga BBM bagi orang miskin, meningkatnya harga kebutuhan pokok sehari-hari seperti cabai, bawang, dan beras, bencana alam yang datang silih berganti antara satu lokasi dengan lokasi lain, kekerasan dalam keluarga, kekerasan terhadap perempuan dan anak-anak. Pengemis ada yang benar-benar membuat empati para pengunjung karena cacat badan seperti tuna netra. Musibah yang dialami seseorang atau keluarga menimbulkan empati dalam bentuk doa dan bantuan finansial dari pengunjung warung kopi. Aksi solidaritas merupakan suatu bentuk empati yang timbul dari pengunjung warung kopi, memberikan sumbangan seikhlasnya kepada pengumpul, kolektor. Dalam hal ini terlihat bahwa dalam warung kopi terbentuk perasaan empati sehingga memungkinkan pengunjung warung kopi tergugah perasaannya dan terdorong untuk mengikuti do'a bersama atau samadiah, kunjungan ke rumah duka.

Setiap pengunjung warung kopi mempunyai rasa empati yang berbeda-beda terhadap para pengemis dalam warung kopi. Bagi para pengunjung warung kopi yang merasa simpati kepada pengemis tadi, maka akan dilanjutkan dengan tindakan nyata yang berupa pemberian sedekah semampunya dan biasanya sipengemis akan membalasnya dengan doa yang artinya, *"semoga Allah memberi pahala kepadamu dalam sesuatu yang telah engkau berikan, semoga dijadikannya sebagai pembersih untukmu dan semoga Allah memberkahimu dalam sesuatu yang masih tertinggal"*.

Hal ini diawali oleh timbulnya stimulasi dalam jiwa pengunjung warung kopi yang berupa kemampuan merasakan perasaan orang lain (pengemis) dalam warung kopi. Meskipun demikian banyak sekali dari pengunjung warung kopi yang kurang tertarik terhadap kondisi dan situasi kakek pengemis tadi sehingga tidak muncul emosional untuk merasakan perasaan orang lain. Oleh karena itu sangat sering kedengaran ungkapan *"meuah teungku beh"* (mohon maaf). Kadang kala ucapan permintaan maaf yang bermakna bahwa tak ada koin atau lembaran uang recehan untuk sedekah, diucapkan pengunjung sebelum jawaban salam yang diberikan pengemis. Pada hal hakikat menjawab salam yang diucapkan seorang muslim adalah wajib hukumnya. Bagi pengunjung warung kopi yang tidak menjawab salam para pengemis tadi atau muslim lainnya, berarti mereka termasuk golongan yang menolak kesejahteraan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Warung kopi dapat digolongkan dalam satu bentuk kearifan lokal yang telah berlangsung lama di negeri serambi mekah ini. Kearifan lokal yang dibangun sebagai ideologi budaya di Aceh, membutuhkan simbol-simbol identitas yang tentunya tidak saja diterima oleh masyarakat Aceh dengan berbagai konsensus moral yang diciptakan, tetapi juga mampu menjembatani keragaman yang datang dari berbagai subkultur yang berkembang di Aceh. Jika dilihat dari akar historis kulturalnya, warung kopi diduga muncul sebagai pengganti hiburan, tempat berkumpul, serta tempat

berbagi informasi bagi orang-orang Aceh. Melalui proses yang demikian natural inilah, kemudian di setiap ruangnya melahirkan bentuk-bentuk komunalitas yang kokoh di Aceh. Karena itu, proses budaya yang berkembang demikian natural ini harus dihargai sebagai narasi budaya yang memiliki peran penting bagi transformasi ruang yang kini sedang menggejala di tanah rencong ini.

Sejak zaman dahulu sampai saat ini budaya warung kopi dirasakan cukup dominan dan memegang peranan penting dalam kegiatan berinteraksi di antara masyarakat Aceh. Belum didapatkan data statistik tentang perbandingan jumlah meunasuh (surau) dan kedai kopi, namun diperkirakan jumlah kedai kopi saat ini lebih banyak daripada meunasah. Hal ini tentu saja sangat memungkinkan terjadinya perubahan sosial, politik dan budaya pada kehidupan masyarakat Aceh yang terjadi dalam warung kopi. Secara umum kedai kopi di Aceh dianggap menjadi sarana yang lebih terbuka dan egaliter dalam menerima pengunjungnya. Pada tingkat superstruktur inilah berbagai asumsi mengenai nilai-nilai, simbol-simbol agama, identitas, mentalitas, imaginasi, bahkan gagasan-gagasan muncul sebagai bentuk terbukanya ruang kebudayaan khususnya dalam memahami proses-proses interaksi sosial masyarakat yang mengarah kepada perubahan di Aceh. Pada level terendah antara individu dalam warung kopi saling berinteraksi dalam rangka menemukan dan mendiskusikan berbagai permasalahan yang bersifat pribadi sehingga dalam proses ini memungkinkan timbulnya simpati ataupun empati antara suatu pihak kepada pihak lainnya.

Nilai estetis sebuah warung kopi juga menjadi ruang hiburan yang tidak dapat digantikan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh. Fenomena warung kopi dapat dijumpai secara mudah mulai diperkotaan sampai di sudut-sudut pedesaan. Model-model kebudayaan semacam ini banyak dijumpai dalam masyarakat Aceh. *Meunasah* (Mushalla), *mesjid* dan warung kopi (*keude kopi*) adalah tiga pranata sosial yang sulit dipisahkan dalam kultur kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh. Ketiga pranata sosial

tersebut sudah menjadi bagian dari identitas masyarakat Aceh itu sendiri. Keberadaan tiga pranata sosial ini ditemukan menyebar di seluruh pelosok Aceh dan memiliki kesamaan fungsi untuk kegiatan sosialisasi dan interaksi di antara anggota masyarakat. Jika kehadiran *meunasah dan mesjid* hadir saat penyebaran Islam, maka kedai kopi sulit ditelusuri sejarahnya.

Gejala sosial tersebut sampai saat ini masih direkonstruksi oleh masyarakat Aceh, dengan mudah dapat ditemukan pandangan sekelompok masyarakat aceh yang mengunjungi warung kopi sehabis shalat shubuh ataupun habis shalat jumat. Pengunjung warung kopi yang masih lekat dengan pakaian shalat yang umumnya berwarna putih, dilengkapi dengan kopiah atau peci serta menggunakan kain sarung telah mampu menjadi stimulus terbentuknya simpati bagi sebagian individu atau kelompok lainnya yang menyaksikan pola sosial tersebut.

Faktor simpati dapat dirumuskan sebagai perasaan tertariknya seseorang terhadap orang lain. Simpati timbul tidak atas dasar logis rasional, tetapi berdasarkan penilaian perasaan sebagaimana proses identifikasi. Akan tetapi, berbeda dengan identifikasi, timbulnya simpati pengunjung warung kopi merupakan proses sadar yang merasa simpati terhadap anggota atau kelompok masyarakat yang menderita kemalangan akibat suatu perkara yang alamiah ataupun non alamiah ataupun dikarenakan perasaan perasaan cinta kasih / kasih sayang. Peranan simpati cukup nyata dalam hubungan interaksi pengunjung warung kopi dan dapat berkembang secara perlahan-lahan di samping simpati yang timbul dengan tiba-tiba. Jadi, dorongan utama pada gejala simpati adalah ingin mengerti dan ingin bekerja sama dengan orang lain. Hubungan simpati menghendaki hubungan kerja sama antara dua atau lebih orang yang setaraf.

Faktor simpati, orang memiliki kecenderungan tertarik pada orang lain, sedangkan orang yang memiliki kecenderungan menolak orang lain disebut antipati. Simpati akan menjalin hubungan saling pengertian yang saling mendalam dalam inteaksi antarindividu, ingin mengerti

dan ingin kerja sama dengan orang lain serta saling melengkapi satu sama lain, dengan tanpa menonjolkan perasaan ego sendiri (*non egosentris*).

Saat media elektronik ada, seperti radio dan televisi, warung kopi adalah tempat pertama yang menyediakan barang teknologi informasi tersebut. Sepertinya situasi hubungan warung kopi dengan masyarakat Aceh yang demikian rupa akan terus berkembang. Saat budaya IT (*Information Teknologi*) memasyarakat, penggunaan internet menjadi kebiasaan bagi sebagian besar pengunjung warung kopi. Hampir semua warung kopi, terutama di Banda Aceh yang berkedudukan sebagai Ibukota Provinsi menyediakan fasilitas internetan secara gratis. Pengunjung warung kopi dapat mengakses internet secara gratis dengan media akses seperti handphone dan laptop yang dibawa sendiri oleh pengunjung.

Warung kopi adalah tempat istimewa bagi penduduk Aceh sehingga pengelola warung kopi akan melakukan apa saja untuk membuat warung kopinya banyak dikunjungi. Televisi layar lebar telah ramai digunakan di warung kopi yang secara khusus dipergunakan untuk pengunjung warung kopi yang ingin menonton suatu kejuaraan olah raga tertentu secara bersama (nonton bareng). Memesan segelas kopi adalah alasan untuk bisa seharian duduk sambil menikmati totonan siaran kejuaraan olahraga di warung kopi yang dipancarkan stasiun dalam dan luar negeri.

Namun demikian, banyak orang yang meyakini bahwa rutinitas keseharian masyarakat Aceh yang banyak dihabiskan di warung kopi pada dasarnya merupakan sebuah energi positif yang dimiliki oleh masyarakat Aceh sebagai sebuah entitas yang peradabannya pernah dikenal dunia. Eksisnya 'diskusi-diskusi' ringan di warung kopi adalah menjadi alasan utama. Banyak pengunjung warung kopi mengakui bahwa mereka 'banyak sekali' mendapatkan inspirasi, ide maupun gagasan-gagasan berawal dari diskusi ringan di warung kopi, bahkan ada yang berlanjut menjadi suatu yang spektakuler, semisal diskusinya berakhir dengan berdirinya sebuah parpol, berdirinya penerbit buku, berbagai macam

model usaha, dan sebagainya. Kondisi serupa ini menjadi pendorong yang menumbuhkan motivasi sebagai media pembelajaran bagi pengunjung untuk melaksanakan aktivitas sosial, ekonomi, budaya dan politiknya dengan penuh tanggung jawab.

Interaksi sosial adalah kunci dari semua kehidupan sosial, dan tanpa kehidupan sosial tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Sedangkan kelangsungan interaksi sosial, sekalipun dalam bentuknya yang sederhana, ternyata merupakan proses yang kompleks, tetapi padanya dapat dibedakan beberapa faktor yang mendasarinya, baik secara tunggal maupun bergabung.

Memotivasi pengunjung melakukan interaksi dalam warung kopi sebagai tempat berkumpulnya semua elemen masyarakat yang sekaligus menjadi pusat informasi yang dapat diakses oleh masyarakat secara efektif dan efisien. Minum di warung kopi sudah menjadi sarana hiburan dan bagian dari *life style* bagi sebagaian masyarakat Aceh. Selain itu juga diduga karena keterbatasan sarana hiburan dalam kultur masyarakat Aceh yang mendorong lahirnya interaksi sosial dalam warung kopi. Barang kali dapat dimaklumi bahwa di Provinsi Aceh sangat terbatas dengan tempat hiburan malam, bahkan bioskop pun tidak ada. Jadilah warung-warung kopi itu menjadi wadah untuk ajang temu dengan kawan, relasi bahkan kumpul keluarga.

Ketegangan dalam berdiskusi bisa diredam dengan minum kopi bersama-sama, dapat mengatasi kesalahpahaman dalam berkomunikasi secara rileks sambil minum di warung kopi. Hasil diskusi dalam warung kopi diyakini lebih berkualitas dan kompleks, karena anggota diskusi memungkinkan berada dalam kondisi rileks, nyaman, dan dengan demikian lebih terbuka dalam menyikapi serta mengaomodir berbagai perbedaan pendapat yang berkembang dalam diskusi.

Empati adalah proses kejiwaan seseorang untuk larut dalam perasaan orang lain, baik suka maupun duka. Empati itu dibarengi perasaan organisme tubuh yang sangat dalam. Empati boleh dibilang ialah fondasi dari semua hubungan interaksi

antara pengunjung dalam warung kopi. Karena setiap pengunjung memiliki kemampuan merasakan kondisi emosional pengunjung lain atau orang lain di luar warung kopi. Pengunjung warung kopi, suatu waktu merasakan keadaan atau penderitaan orang lain, dan psikologi ini akan menambah keeratan hubungan dalam interaksi.

Warung kopi merupakan ruang "informal" dimana batas-batas strukturasi vertikal maupun horisontal telah menjadi "abu-abu" meski masih dalam batas norma kesopanan. Di dalam warung kopi sudah tidak amat penting lagi atasan dan bawahan, kaya maupun miskin, bekerja maupun pengangguran, priyayi maupun rakyat biasa, bangsawan atau bukan, ulama bisa berkelakar dengan umat, teungku bisa berdebat dengan orang awam, perempuan bisa duduk bersama laki-laki. Di luar warung kopi kehidupan nyata seseorang terbelenggu oleh batasan-batasan struktur sosial dan budaya, sehingga tidak bisa sembarangan berbicara semauanya dalam hubungan yang sepadan. Semuanya itu menumbuhkan kejenuhan, keputusasaan, sinisme, tekanan-tekanan psikologis, energi amarah dan konflik invidual maupun kelompok (*prinsip liminalitas*) Maka di warung kopi ekspresi keinginan bicara bisa ditumpahkan tanpa terlalu direpotkan dengan sekat-sekat dan struktur yang membelenggu. Warung kopi telah menjadi sebuah ruang publik informal sebagai mekanisme untuk melepaskan diri dari belunggu ritual dalam komunitas kebudayaan masyarakat Aceh. Ruang publik "tradisional" yang dikenal di Indonesia, diantaranya adalah alun-alun, pasar-pasar, tempat-tempat peribadatan dan jalan-jalan serta jalur aksesibilitas lainnya. Ruang ini bersifat multi fungsi, selain berfungsi sebagai wadah kegiatan perekonomian, juga menjadi wadah interaksi sosial dan budaya masyarakat.

SIMPULAN

Warung kopi salah satu pranata sosial yang dapat menemukan dan mendiskusikan berbagai permasalahan masalah masyarakat. Interaksi sosial masyarakat dalam warung kopi didorong oleh motivasi eksintrik yang

berupa eksistensi dan fungsi warung kopi sebagai ruang publik yang distimulir faktor informasi dan komunikasi. Keterbatasan tempat ruang hiburan dan rekreasi di Aceh dipandang sebagai pendorong (motivasi) masyarakat berkumpul dalam warung kopi sehingga berpotensi terjadinya tindakan sosial. Simpati pengunjung warung kopi dipicu oleh situasi ketertarikan terhadap kepribadian atau situasi yang dialami tokoh masyarakat dan pemerintah. Terjadi empati pengunjung warung kopi dipicu oleh pemberitaan media massa tentang isu bencana alam dan kekerasan dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakri. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Malang: Lembaga Penelitian Universitas Islam Malang.
- Bungin, B., (2009). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Damajani, R.R.D. (2007). *Hidden-Order dan Hidden-Power pada Ruang Terbuka Publik, Studi Kasus: Lapangan Cikapundung, Bandung*. J. Vis. Art. Vol.1 D. No. 3.
- Gerungan, W.A. (2004), *Psikologi Sosial* (3rd), Bandung: Aditama
- Kerlinger, F.N. (1986). *Azas-azas Penelitian Behavioral* (terjemahan L. R. Simatupang). Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Koentjaraningrat, (1991). *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, L. J., (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhajir, N. (2000). *Filsafat Ilmu; Positivisme, Post Positivisme dan Post Modernisme*. Yogyakarta, Rakesarasin
- Mujib, I, (2009). *Pergeseran Ruang Politik: Catatan Etnografis*. <http://serambinews.net/news/printit/5108>. diakses Tanggal 29 Desember 2011.
- Nasution. (2003). *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Strauss, A. and J. Corbin. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Procedure and Technique*. London. New Delhi: SAGE Publication. Thousand Oaks.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kesebelas. Bandun: Alfabeta
- Umar, H. (2005). *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.