

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister
Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

Oleh:

TRI WAHYUNINGSIH

NPM: 1920040018



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

PENGESAHAN TESIS

Nama : **TRI WAHYUNINGSIH**
Nomor Pokok Mahasiswa : **1920040018**
Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi :
Judul Tesis : **KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI
BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH
TENGAH**

Pengesahan Tesis

Medan, 25 November 2021

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

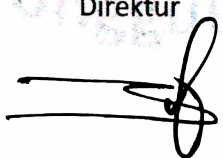

Dr. RUDIANTO, S.Sos., M.Si.


Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D

Diketahui

Direktur

Ketua Program Studi


Dr. SYAIFUL BAHRI, M.AP


Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D

PENGESAHAN

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

TRI WAHYUNINGSIH

1920040018

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Komisi Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)
Pada Hari Sabtu, Tanggal 18 September 2021

Komisi Penguji

1. **Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.**

Ketua

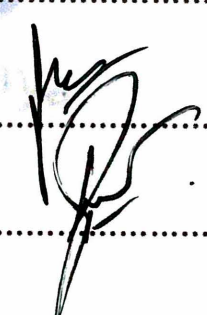
2. **Dr. YAN HENDRA, M.Si.**

Sekretaris

3. **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.**

Anggota

1.....

2.....

3.....

PERNYATAAN

**KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA
MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Magister pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan Gelar Akademik (Sarjana, Magister, dan/ atau Doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komite Pembimbingan dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebahagian tesis ini bukan hasil karya peneliti sendiri atau adanya plagiat dalam bagian – bagian tertentu, peneliti bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang peneliti sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 09 September 2021

Penulis,



Tri Wahyuningsih
NPM. 1920040018

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

Tri Wahyuningsih
1920040018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial atas realita yang menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif, serta teori interaksi simbolik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara terhadap 8 (delapan) orang informan, observasi lapangan serta dokumentasi. Sedangkan teknik keabsahan data dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi data. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah, adalah minum kopi bukan sekedar budaya, kebiasaan yang hadir dengan minum kopi kemudian menghasilkan budaya. Masyarakat berperilaku minum kopi dengan berbagai macam alasan dan makna tertentu yang ingin disampaikan, selain itu ada motif untuk antara lain menghilangkan rasa jenuh atau penat, keinginan berkumpul bersama dan berdiskusi atau tukar pendapat, menikmati aroma dan rasa minum kopi yang khas dan unik. Makna perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi antara lain minum kopi dapat menjadi teman yang setia menemani, kemudian dapat *mood* juga dapat berubah, selain itu kopi juga mampu menjadi teman yang dapat menemani dengan setia.

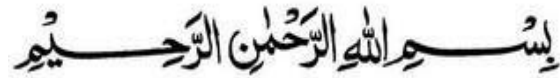
Kata Kunci: Konstruksi sosial, minum kopi sebagai budaya, masyarakat, Kota Takengon.

Abstract

The research is aimed at knowing the social construction of drinking coffee as a culture of people in the city of Takengon Aceh. The theory used in this study is the social construct theory of reality that describes the social process through its action and interactions where the individual creates a continual, subjective, shared reality and symbolic interaction theory. The study involves qualitative research methods. The data – gathering technique used was with interviews of eight informers of field observations and documentaries. Whereas data validity technique are employed by using data triangulation methods. Research obtained from social construction research drinking coffee as a culture of the people of the city of Takengon middle day is that drinking coffee is not just a custom culture that extends by drinking coffee and then producing the culture. There is a reason and a particular meaning to the drinking of coffee, and there is also a motive for such things as boring or boring wanting to get together and discuss or and exchange of ideas to enjoy the distinctive and unique aroma and flavor of drinking coffee. The sense of a coffee drinkers consuming behavior can change the mood or the mood as well as the coffee as a faithful companion to the coffee maker

Key words: social construction, coffee as a culture, society, city of Takengon.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini dengan judul Konstruksi Sosial Minum Kopi Sebagai Budaya Masyarakat di Kota Takengon Aceh Tengah tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu almarhum Ayahanda Muliadi dan Ibunda Rukiati, sebagai orang tua yang mampu memberikan kekuatan dan penyemangat nomor satu di dunia ini. suami tercinta, Eka Priadi yang selalu mendampingi saya dalam suka maupun duka, anak tersayang, Rafani Rakhsyandrina, serta Pralaikho Tonniro yang banyak membantu dalam penelitian ini dari awal hingga akhir di Kota Takengon, Aceh Tengah serta Bapak Abdul karim atubara, MA yang telah membimbing dan membantu dalam menyelesaikan tesis

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Syaiful Bahri, M.AP dan Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Fitri Zambak, ST., M.Sc selaku Direktur dan wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D dan Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom selaku ketua dan sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si dan Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta pegawai Biro Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Rekan – rekan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi 2019 Ganjil Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Pihak – pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah – mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan terimakasih.

Medan, 09 September 2021
Penulis,

Tri Wahyuningsih
NPM. 1920040018

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.2 Konstruksi Sosial	22
2.2.1. Teori Interaksi Simbolik	36
2.2.2 Budaya Masyarakat.....	43
2.3 Kajian Penelitian Yang Relevan.....	45
2.4 Kerangka Berfikir.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53

3.1 Metode Penelitian.....	53
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	55
3.3 Informan Penelitian	55
3.4 Kategorisasi.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Keabsahan Data	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian	65
4.2 Pembahasan.....	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Simpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komunikasi dan Hubungannya dengan Sikap	13
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	51
Gambar 3.1 Kategorisasi	57
Gambar 4.1 Kafe Tujuh Semeja	80
Gambar 4.2 Mobil Kopi	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Aceh Tengah yang terletak di Provinsi Aceh merupakan salah satu sentra produksi kopi nasional yang cukup terkenal dengan kopi *specialty* – nya. Sertifikasi Indikasi Geografis sudah diberikan kepada Kopi asal Kabupaten Aceh Tengah terkenal dengan Kopi Gayo.

Kopi ini sebagai ganti tanaman teh yang awalnya dibudidayakan oleh Belanda namun tidak mendapatkan hasil yang memuaskan, sehingga diganti dengan tanaman kopi tersebar pada setiap kecamatan di Kabupaten Aceh Tengah. Perkebunan kopi di Kabupaten Aceh Tengah diawali pada tahun 1918 oleh kolonial Belanda. Dan hingga saat ini Kopi Gayo adalah sebuah nama yang langsung terlintas dikepala jika menyebut kata Kota Takengon, Aceh Tengah. Dalam setiap sudut Kota Takengon, selain mata akan disuguhkan dengan pemandangan tanaman kopi, tetapi juga biji – biji kopi yang dijemur sampai ke jalanan. Ada yang menjemur, namun ada pula yang memilih – milih biji terbaik untuk dapat diproduksi ke tahap selanjutnya.

Budaya minum kopi memang sangat terkenal di Tanah Gayo. Dari masa kolonial Belanda menjajah negeri ini, kopi tumbuh secara subur di bumi Gayo. Masyarakat terus membudidayakan kopi walaupun Belanda sudah tidak menjajah negeri ini lagi. Kopi menjadi sentral kehidupan masyarakat. Tumbuh dan kemudian berkembang menjadi budaya yang terus ada hingga turun temurun. Cara menanam kopi di Tanah Gayo ini

juga berbeda dari suku – suku lain di Indonesia, sebut saja Toraja atau Jawa. Mantra kopi yang diyakini masyarakat ketika itu sebagai budaya dalam menanam kopi, terus dilakukan masyarakat Tanoh Gayo. Mantra kopi tersebut berbunyi “Bismillah, siti kewe, kunikahkan ko orom kuyu, wih kin walimu, tanoh kin saksimu, lo kin saksi kalammu” artinya adalah “bismillah, siti kawa, kunikahkan dikau dengan angin, air walimu, tanah saksimu, matahari saksi kalammu” (Hifnalisa dan Abubakar, 2018:162). Mantra kopi ini diyakini dapat memberikan efek hasil kopi yang lebih baik ketika dipanen. Karena masyarakat Tanoh Gayo adalah produsen kopi dan peminum kopi.

Warung kopi merupakan tempat berkumpul, bertemu dan membicarakan segala topik. Masyarakat urban tidak hanya menganggap kopi sebagai kebutuhan semata, tapi juga disertai dengan gaya hidup. Bahkan sekarang di Kota Takengon sudah menjamur berbagai jenis warung kopi. Cara penyajiannya kopi dimasa dulu sangat sederhana dan dulu orang hanya tahu kopi hitam, kalupun ada campuran biasanya hanya susu atau gula.. Walaupun demikian, masyarakat Kota Takengon menikmati kopi bukan hanya menikmati rasanya tetapi juga budayanya.. Bagi masyarakat Kota Takengon, hal ini menjadi turun temurun berkembang dan menjadi pola kebiasaan adalah mengunjungi warung kopi sebagai tempat berkumpul, bertemu dan membicarakan segala topik. Cara bersosialisai dan menjalin silaturahmi sambil menikmati kopi.

Bagi masyarakat Kota Takengon, minum kopi bukan hanya sekedar menikmati kopi, tetapi awal bagi menjalankan aktifitas. Kopi tidak hanya menjadi asupan yang konsumtif bagi kalangan orang tua, tetapi anak muda juga sangat gemar minum kopi. Para kaum ibu juga suka minum kopi. Namun ada beberapa kalangan yang tidak begitu

suka minum kopi karena beberapa alasan tentunya, walau demikian mereka tetap ikut melestarikan budaya minum kopi yang ada di Kota Takengon, Aceh Tengah.

Berger dan Luckmann menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus – menerus sesuatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Begitu juga dengan adanya tradisi minum kopi telah dirasa begitu melekat dan berakar di Kota Takengon, Aceh Tengah. Hingga saat ini minum kopi menjadi budaya dan kebiasaan masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah. Dalam setiap kegiatan tradisi masyarakat, kopi selalu menjadi hidangan yang diutamakan. Para pendatang juga akan dimanjakan dengan berbagai cita rasa kopi jika berkunjung ke Kota Takengon, Aceh Tengah. Dari sini dapat terlihat jelas bahwa kopi adalah hidangan yang penting bagi masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

Festival panen kopi juga diadakan di Kota Takengon, Aceh Tengah. Festival ini dilaksanakan pada bulan Desember setiap tahun. Biasanya kegiatan ini dibuka oleh Gubernur dan Bupati Aceh Tengah. Bentuk pelaksanaan kegiatan ini adalah kombinasi antara pasar, budaya dan kesenian masyarakat Kota Takengon, yang berbaur menjadi satu yaitu kopi. Makna yang terkandung bahwa kopi memiliki keterikatan yang erat dalam setiap unsur kehidupan masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah.

Budaya minum kopi adalah sesuatu yang dirasa penting bagi masyarakat Kota Takengon, bahkan dikalangan anak muda. Anak muda Kota Takengon terus mengembangkan pola – pola minum kopi yang lebih kreatif dan mengedukasi bagi para pecinta minum kopi baik dari dalam Kota Takengon maupun dari luar Kota Takengon.

Hal ini dapat terlihat dari menjamurnya warung – warung kopi yang ada di Kota Takengon. Beragam model warung kopi dan tempat – tempat untuk menikmati kopi dapat kita temukan di Tanah Gayo ini. Diantaranya menikmati kopi di ladang kopi. Begitu banyak ladang kopi, sehingga memancing sebuah pola baru untuk menikmati kopi di ladang kopi khususnya di Kota Takengon, salah satunya Galeri Kopi, Seladang dll. Selain itu ada konsep minum kopi dipinggir danau. Tentunya ini memberikan sensasi menikmati kopi sambil menikmati indahnya Danau Lut Tawar seperti Tujuh Semeja atau mendale. Warung kopi memang sangat berkembang di Tanah Gayo ini. Kemajuan ini adalah bentuk sadarnya anak muda Kota Takengon tentang kopi yang ada di tanah kelahiran mereka. Begitu berharga dan patut dilestarikan adalah sadar akan pelaku budaya bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah.

Minum kopi bagi Masyarakat Aceh, di Kota Takengon khususnya bukanlah sekedar meminum atau menikmati kopi tetapi juga bermaksud berkumpul, berdiskusi, atau bersilaturahmi (Danil, Ahmad, Saiful dan Indra. 2019:94). Wacana yang dibicarakan pun tidak terbatas, kecuali pada masa konflik dan tiran. Kopi dianggap mampu memudahkan segala jenis komunikasi yang ingin dijalin dengan siapa saja hingga lahir sebuah anekdot “gak ngopi gak cakap”. Warung kopi dianggap sebagai ruang publik dengan batasan ideologi yang minim, bebas dari intervensi budaya yang eksklusif maupun yang hegemoni hierarki.

Anekdot “gak ngopi gak cakap” sangatlah terkenal dan menjamur di Kota Takengon, Aceh Tengah, tentunya anekdot ini terkesan berlebihan. Sebuah anekdot yang lahir dari kopi, tentunya banyak pemikiran mengapa harus kopi, bukan teh atau

minuman lainnya. Benarkah jika tidak ada kopi maka komunikasi tidak akan terjalin. Komunikasi seperti apa yang dapat terbentuk dari kegiatan minum kopi bersama teman dll. Tentunya banyak pertanyaan yang muncul dari hal tersebut. Jika dilihat dari Kota Takengon sebagai penghasil kopi terbaik berkelas dunia, seharusnya kopi memang melekat dalam kehidupan masyarakat. Namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat Kota Takengon adalah peminum kopi. Hal yang menarik semua masyarakat seperti turut berlomba – lomba untuk melestarikan budaya minum kopi ini. Mengapa budaya minum kopi begitu melekat dalam segala aspek kehidupan masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Seperti yang penulis jelaskan diatas, konstruksi sosial minum kopi di Tanoh Gayo memiliki keunikan, bahwa tidak semua masyarakat adalah peminum kopi namun semua msyarakat berbondong – bondong untuk mempertahankan, melestarikan bahkan mempopulerkan budaya minum kopi di Tanoh Gayo. Hal ini dapat terlihat dari menjamurnya bentuk menikmati kopi yang sebenarnya bukan hal baru, namun hingga kini kemajuannya dirasa sungguh menarik perhatian yaitu minum kopi di mobil kopi. Fenomena lahirnya mobil kopi dengan memberikan makna baru tentang kepraktisan dan kemudahan dalam menikmati secangkir kopi. Gaya modern terasa kental dengan minum kopi di mobil kopi. Secangkir kopi yang biasanya disajikan dengan menggunakan gelas di sebuah warung kopi, dengan metode diseruput, tidak akan dirasakan jika menikmati kopi di mobil kopi. Kemasan cup dalam penyajian kopi di mobil kopi memberikan kesan kepraktisan sebagai gaya hidup modern. Dengan menggunakan cup, gaya menyuruput kopi tentunya tidak dapat dilakukan, bahkan

duduk berlama – lama untuk menjalin komunikasi sesuai dengan anekdot “gak ngopi gak cakap” sulit ditemukan jika minum kopi di mobil kopi, karena masyarakat cenderung membeli kopi secara *take away*. Dari konteks masa lalu dan masa sekarang, sangat jelas terjadi pergeseran makna minum kopi dari budaya tradisional, menjelma menjadi budaya modern yang erat kaitannya dengan kepraktisan dan individualis. Akankah dengan adanya mobil kopi anekdot “gak ngopi gak cakap” akan luntur dengan adanya mobil kopi? Karena pada dasarnya pemenuhan keinginan masyarakat untuk menikmati kopi dengan situasi kesibukan masyarakat yang mulai beranjak modern, memaksa tampilan baru dalam menikmati kopi. Gaya masyarakat yang ingin cepat, praktis membuang segala bentuk minum kopi yang duduk bersantai – santai di warung kopi hingga 3 jam atau lebih, bercakap – cakap dengan teman, sudah tidak dirasakan lagi karena kesibukan dan waktu yang mulai terbatas. Apakah budaya menjalin komunikasi dengan minum kopi akan pudar? Beralih menjadi minum kopi karena rasa konsumtif semata, bahwa kecanduan minum kopi sulit dihilangkan?

Berdasarkan paparan diatas, Peneliti merasa tertarik untuk meneliti “Konstruksi Sosial Minum Kopi sebagai Budaya Masyarakat Di Kota Takengon, Aceh Tengah”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, hasil penelitian ini bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep – konsep, teori – teori terhadap ilmu pengetahuan dari penelitian yang sesuai dengan bidang ilmu khusus tentang konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.
2. Secara Akademis, manfaat penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu komunikasi khusus tentang konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.
3. Secara Praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai masukan dan sumbangan pemikiran mengenai konstruksi minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Dewasa ini, mulai berkembang wisata berbasis kearifan lokal di Indonesia yang sebagian besar komunitas masyarakat peduli, salah satu kegiatan yang dilakukan memberi kesadaran pada publik untuk berpariwisata lokal melalui media massa dan media sosial (Daulay, Ginting, & Saleh, 2019:39). Pesan dan makna yang disampaikan oleh seseorang dapat dengan mudah diterima banyak orang, hal ini karena adanya perkembangan teknologi komunikasi yang telah mempermudah urusan manusia,.

Jika kita beralih kepada dasar kata dari komunikasi, Carl I. Hovland berpendapat bahwa “komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang komunikator menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikati). Sedangkan, Harold Lasswell mengemukakan definisi dari komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “*what in* (apa yang dikatakan)?, *who says* (siapa yang mengatakan)?, *to whom* (untuk siapa pesan tersebut disampaikan)?, *which channel* (melalui saluran atau media apa yang digunakan)?, dan terakhir *with what effect* (bagaimana pengaruhnya)?” (Mulyana, 2013:68-69). Dari dua definisi di atas terdapat inti dari definisi komunikasi yaitu dapat memberi pengaruh seperti yang diharapkan agar tidak muncul kesalahpahaman dalam pemahaman makna dan pesan yang ingin disampaikan oleh sumber kepada penerima harus dapat diterima dengan baik.

Pada awal abad ke – 20, walaupun orang telah mempelajari komunikasi sejak zaman purbakala, namun perhatian terhadap pentingnya komunikasi baru muncul belakangan ini. Riset sosiologi yang dilakukan pada tahun 1930 – an kebanyakan menyelidiki cara komunikasi dapat memengaruhi masyarakat dan individu, sedangkan topik – topik riset populer dalam bidang psikologi sosial ketika itu, antara lain adalah riset mengenai propaganda, riset mengenai efek film terhadap anak – anak, mengenai dinamika kelompok, dan persuasi. Barnett Pearce menyebutkan (Morissan, 2009:213) munculnya peran komunikasi sebagai penemuan revolusioner yang sebagian besar disebabkan oleh penemuan teknologi komunikasi, seperti televisi, radio, telepon, jaringan komputer, dan satelit. Pada saat hampir bersamaan, muncul dan berkembang industrialisasi, tumbuhnya korporasi multinasional dan politik global. Pada masa ini juga dimulai pengajaran mengenai keahlian komunikasi dasar, seperti diskusi kelompok dan *public speaking*. Riset lain yang sering dilakukan pada periode ini adalah pada bagian pendidikan, misalnya riset mengenai efek pada berbagai jenis komunikasi terhadap siswa dikelas dan penggunaan radio dalam pendidikan.

Komunikasi pada awalnya hanya memiliki tiga unsur penting, yaitu penerima , sumber, dan pesan (informasi). Namun, unsur-unsur tersebut berkembang hingga menjadi lebih banyak, antara lain sumber yang juga bisa menjadi penerima sekaligus sumber (komunikator atau komunikati), penerima (komunikan), pesan atau informasi, media atau saluran yang digunakan, efek atau pengaruh dari komunikasi, adanya gangguan baik dari internal maupun eksternal, adanya feedback atau respon yang didapat, dan terakhir konteks dari komunikasi atau lingkungan.

Komunikator adalah point penting dalam penyampaian pesan dimana tugasnya adalah untuk memproduksi pesan. Dalam hal ini manusia adalah aktor dalam proses komunikasi. Ritzer (Burhan, 2008:34) menjelaskan bahwa dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya, hal ini merupakan ide dasar dalam semua teori. Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh kebiasaan – kebiasaan, norma – norma, nilai – nilai dan sebagainya, yang kesemua itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang pranata sosial dan menggambarkan struktur.

Individu menjadi panglima dalam dunia sosialnya yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, hal ini merupakan pengakuan yang luas terhadap eksistensi individu dalam dunia sosialnya. Pendapat George Simmel (Burhan, 2008) bahwa menurut kesan kita bahwa realitas itu ‘ada’ dalam diri sendiri dan hukum yang menguasainya , sesuai dengan realitas dunia sosial itu berdiri sendiri diluar individu, sehingga realitas terbentuk melalui praktik komunikasi,.

Frank Dance (Morissan, 2009:98) berdasarkan sifat – sifatnya telah mengklasifikasikan teori komunikasi yang banyak itu. Dalam upaya memberikan klarifikasi terhadap pengertian komunikasi, ia melakukan terobosan penting. Dance mengajukan sejumlah elemen dasar, yang digunakan untuk membedakan komunikasi. Dimensi dasar teori komunikasi yang dibentuk merupakan penemuan terhadap tiga hal yang disebutnya dengan ‘diferensi konseptual kritis’, yang terdiri atas :

1. Dimensi Kesengajaan

Sebagian definisi mengenai komunikasi yang dikemukakan para ahli hanya memasukkan faktor penerimaan pesan dan pengiriman yang memiliki maksud tertentu (purposeful) atau kesengajaan, sementara definisi lain tidak memasukkan batasan ini. Definisi berikut ini merupakan contoh definisi yang memasukkan faktor maksud tertentu atau kesengajaan, misalnya ketika sumber mengirimkan pesan kepada penerima dengan sengaja untuk memengaruhi tingkah laku penerima maka dianggap sebagai komunikasi. Sedangkan definisi yang tidak memerlukan maksud tertentu atau kesengajaan, misalnya komunikasi adalah proses yang membuat beberapa orang atau lebih menjadi memahami apa yang terfokus pada monopoli satu atau beberapa orang lainnya.

2. Dimensi Level Observasi

Menurut Dance, definisi lainnya bersifat terbatas sedangkan beberapa diantaranya mengenai definisi komunikasi bersifat sangat luas, sementara misalnya definisi komunikasi yang menyatakan komunikasi adalah proses yang menghubungkan bagian – bagian yang terputus dari dunia yang hidup satu sama lainnya (*the process that links discontinuous part of the living world to one another*) dinilai sebagai suatu definisi yang terlalu umum atau luas. Sebaliknya, definisi yang menyatakan komunikasi adalah alat untuk mengirim pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf,

radio, kurir (communication as the means of sending military messages, order etc, as by telephone, telegraph, radio, couriers).

3. Dimensi Penilaian Normatif

Definisi berikut ini, misalnya menganggap proses komunikasi selalu berakhir dengan kesuksesan, komunikasi adalah pertukaran verbal dari gagasan dan pemikiran. Sebaliknya, definisi lainnya, tidak menilai hasil komunikasi itu akan berhasil atau tidak, misalnya terjadi pengiriman informasi, namun pengiriman itu tidak harus berhasil dipahami atau diterima. sedangkan definisi lainnya tidak memiliki penilaian implisit semacam itu, sebagian definisi mengenai komunikasi memasukkan pernyataan keakuratan atau keberhasilan. Asumsi dari definisi ini adalah gagasan atau pemikiran itu selalu berhasil dipertukarkan.

Tabel 2.1 Komunikasi dan Hubungannya dengan Sikap**(Morissan & Andy, 2008:6)**

Sikap Sumber			
	Sikap tidak disengaja		Sikap disengaja
Sikap penerima Pesan	(Gejala)	Nonverbal	Verbal
Pesan tidak diterima	1A Gejala sikap tidak diterima	2A Pesan nonverbal tidak diterima	3A Pesan verbal tidak diterima
Pesan diterima secara tidak disengaja	1B Gejala sikap diterima sambil lalu	2B Pesan nonverbal diterima sambil lalu	3B pesan verbal diterima sambil lalu
Pesan diterima dan diperhatikan	1C Gejala sikap diterima dan mendapat perhatian	2C Pesan nonverbal diterima baik	3C Pesan verbal diperhatikan

Kolom – kolom pada tabel 2.1 diatas menunjukkan sikap komunikator atau sumber pesan yang tidak disengaja dan disengaja. Baris pada tabel menunjukkan kondisi penerima pesan (komunikan), tidak menerima, menerima atau diperhatikan. sikap sumber yang tidak disengaja yang dapat ditentukan dari gejalanya ditunjukkan pada kolom pertama (1A, 1B, 1C). Tanda dari kondisi komunikator dapat dibaca pada Gejala tertentu misalnya gugup, capek, atau marah. Sikap nonverbal yang sengaja

dikirimkan komunikator kepada penerima ditunjukkan pada kolom kedua (2A, 2B, 2C) menunjukkan, misalnya melambatkan mengangkat bahu jika tidak dapat menjawab pertanyaan, tangan kepada teman. Sikap verbal yang disengaja atau berorientasi bahasa atau suatu tindakan ditunjukkan pada kolom ketiga (3A, 3B, 3C), misalnya bercakap – cakap atau berpidato serta menulis surat.

Apakah pesan dari sumber dapat diterima terdapat pada tiga baris pada tabel, yaitu;

1. Pesan “tidak diterima” Baris terdapat pada bagian pertama. Artinya, tidak ada seseorangpun yang mengetahui mendengarkan perkataan sumber atau tindakan komunikator. Misalnya, beberapa kali anda menunjukkan gejala mengantuk dan lelah, misalnya dengan berkata “saya capek” atau bahkan menguap, namun tidak ada orang disekitar anda yang mendengarkan atau melihat perkataan anda itu.
2. Baris kedua menunjukkan bahwa pesan secara tidak disengaja dapat diterima komunikan. Misalnya seseorang tidak memberikan perhatian pada apa yang dilihatnya walaupun ia melihat sesuatu. Anda mungkin berkata “saya capek” pada teman anda yang tengah membaca buku, dan ia tidak memberikan perhatian walaupun teman anda mengetahui bahwa anda terlihat capek.
3. Baris ketiga menunjukkan bahwa sikap sumber mendapat perhatian penuh dari penerima.

Dari tabel diatas, komunikasi memiliki sembilan hal yang penting untuk diketahui, yaitu:

1. 1A. Anda menguap karena lelah dan mengantuk, namun tidak seorangpun yang melihat anda (pada umumnya orang setuju bahwa hal ini bukanlah bentuk komunikasi) merupakan gejala sikap yang tidak dapat diterima,. Setidaknya, sebagian ahli menyebutkan hal ini sebagai komunikasi interpersonal, bukanlah komunikasi interpersonal.
2. 1B. Anda menguap dan teman anda mengetahui bahwa anda lelah merupakan gejala sikap diterima sambil lalu, namun ia tidak memberikan perhatian terhadap hal itu.
3. 1C. Anda menguap dan teman anda melihat anda lalu berkata “apakah saya membuat kamu bosan?” merupakan gejala sikap diterima dan mendapat perhatian.
4. 2A. anda melambaikan tangan kepada seorang teman, namun ia tidak membalas lambaian tangan anda merupakan pesan nonverbal tidak diterima,.
5. 2B. Teman anda berkata “ mohon maaf, saya tidak membalas lambaian tangan anda tadi, saya sedang berfikir hal yang lain dan saya tidak menyadari kalau anda melambaikan tangan kepada saya hingga saya meninggalkan tempat tadi” merupakan pesan nonverbal diterima sambil lalu.
6. 2C. Anda melambaikan tangan kepada teman dan teman anda membalas lambaian tangan anda merupakan pesan nonverbal diterima dengan baik,.

7. 3A. Anda mengirim surat kepada seseorang teman, namun surat itu hilang di perjalanan merupakan pesan verbal tidak diterima,
8. 3B. Anda menasehati anak anda karena membuat ruangan anda berantakan dan walaupun dia mengetahui anda tengah berbicara padanya, namun ia tidak memberikan perhatian merupakan pesan verbal diterima sambil lalu,.
9. 3C. Anda tengah berpidato kepada sekelompok orang yang ingin sekali mendengarkan apa yang hendak anda katakan merupakan pesan verbal diperhatikan,.

Menurut Peter Anderson, terlepas apakah makna itu akan diperhatikan atau tidak komunikasi harus memasukkan setiap sikap yang memberikan makna kepada penerima. Menurut Michael Motley (Morissan, 2009:8), komunikasi hanya terjadi jika pesan itu diterima oleh orang yang dimaksud dan secara sengaja diarahkan pada orang lain. Sedangkan. Tidak begitu berbeda dengan pendapat Clevenger, komunikasi harus memasukkan kesengajaan dalam pengiriman dan penerimaan pesan.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa ahli komunikasi sependapat bahwa pesan yang diterima sebagai bentuk komunikasi dan sengaja dikirimkan, namun mengenai hal – hal lain yang dapat dianggap sebagai komunikasi, mereka tidaklah sependapat. Definisi atau batasan mengenai komunikasi adalah hal yang penting dan walaupun terdapat berbagai perspektif atau pandangan dalam merumuskan definisi, namun bukanlah hal yang sepele memilih definisi yang akan digunakan dalam penelitian komunikasi. Fungsi yang berbeda akan memberikan definisi yang berbeda akan

memberikan. Dalam hal ini komunikasi sama dengan peristiwa sosial, dimana komunikasi mempunyai gejala yang dipahami dari sudut bagaimana bentuk dan sifat terjadinya. Peristiwa komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan kriteria tertentu dan situasi tertentu. Situasi komunikasi adalah suasana atau lingkungan dimana seseorang memperoleh informasi atau melakukan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bisa bersifat pribadi atau nonpribadi tergantung pada proses komunikasi yang sedang dijalani. Dimana proses komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan melalui seseorang atau komunikator yang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya.

Dalam tipologi yang merupakan ilmu mengelompokkan komunikasi, terdapat tiga metode dalam ilmu komunikasi, dimana metode ini memiliki peran dalam menghasilkan berbagai jenis teori, dan metode ini juga erat kaitannya dengan apa yang menjalin unsur penting dalam penelitian. Terdapat 3 (tiga) jenis metode yang dapat digunakan, yaitu (Morissan dan Andy, 2009:25):

1. Metode objektif

Ilmu pengetahuan seringkali diasosiasikan dengan sifatnya yang objektif, yang berarti bahwa pengetahuan selalu mencari standarisasi. Dalam hal ini, para peneliti melihat dunia sedemikian rupa sehingga peneliti lain yang menggunakan cara atau metode melihat yang sama akan menghasilkan kesimpulan yang sama pula. Dengan kata lain, suatu replikasi atau penelitian yang berulang – ulang akan selalu menghasilkan kesimpulan

yang persis sama sebagaimana penelitian dalam ilmu pengetahuan alam. Mereka yang menggunakan metode objektif sering disebut *scientific scholarship*.

2. Metode subjektif

Kebalikan dari metode objektif adalah metode subjektif, yang menekankan pada diri peneliti sebagai manusia. mereka yang menggunakan pendekatan ini sering disebut dengan *humanistic scholarship*. Jika metode objektif bertujuan membuat standarisasi observasi maka metode subjektif berupaya menciptakan interpretasi. Jika ilmu pengetahuan berupaya untuk mengurangi perbedaan di antara para peneliti terhadap objek yang diteliti maka para peneliti humanistik berupaya untuk memahami tanggapan subjektif individu. Kebanyakan mereka berada dalam kelompok ini lebih tertarik pada kasus – kasus individu dari pada teori – teori yang bersifat umum.

3. Metode sosial

Walaupun kebanyakan para ahli memandang metode sosial sebagai kepanjangan dari penelitian pada ilmu pengetahuan alam, namun dalam pelaksanaannya juga memasukkan elemen – elemen humanistik yang bersifat subjektif.

Setiap individu pasti melakukan komunikasi dalam hidupnya dan ketika seseorang berkomunikasi maka satu hal yang selalu terjadi, yaitu dia akan melihat

orang lain atau situasi yang tengah dihadapinya berdasarkan perspektif yang dimilikinya sebagai penyampai pesan. Orang atau individu memegang peranan sangat penting dalam kehidupan sosial. Berbagai kategori sifat komunikator telah lama dipelajari dalam riset komunikasi. Terdapat tiga kategori sifat komunikator yang paling menarik dan paling sering dibahas dalam literatur komunikasi, yaitu (Morissan & Andy, 2009:49):

1. Sifat mementingkan diri sendiri

Dalam literatur psikologi terdapat istilah *conventional narcissism*, untuk menggambarkan sifat komunikator yang cenderung mementingkan diri sendiri. Narcissism berarti mencintai diri sendiri. Istilah ini dikemukakan oleh Anita Vengelisti dan rekan, yang mengartikannya sebagai *the tendency to be self absorbed in conversation*. Dengan demikian, komunikator dengan sifat ini cenderung untuk mengajak lawan bicara untuk membahas mengenai dirinya sendiri. Sifat mementingkan diri sendiri merupakan sifat yang dimiliki seseorang. Yang menginginkan orang lain membicarakan dirinya. Komunikator dengan sifat ini cenderung untuk menonjolkan dirinya sebagai pihak yang paling penting. Ia cenderung untuk mengontrol arah percakapan serta menginginkan orang lain membahas mengenai dirinya. Mereka juga cenderung tidak sensitif atau tidak responsif terhadap kepentingan pihak lain.

2. Sifat Berdebat

Komunikator memiliki sifat suka debat jika ia memiliki kecenderungan untuk suka melibatkan diri dalam percakapan yang membahas topik kontroversial. Komunikator dengan sifat ini cenderung bersifat tegas dalam mengemukakan pandangannya terhadap suatu hal. Ia akan menyatakan dukungannya terhadap pandangan yang dianggap benar dan sebaliknya, ia akan mengkritik pandangan yang tidak sesuai. Dominik Infante melakukan penelitian mengenai sifat komunikator yang argumentatif ini. Menurutya, sifat komunikator yang argumentatif memberikan kontribusi yang positif karena sifat ini dapat mendorong komunikator dan lawan bicaranya untuk saling belajar, membantu melihat pandangan pihak lain, meningkatkan kredibilitas serta memperbaiki kemampuan berkomunikasi.

Komunikator argumentatif cenderung memiliki sikap percaya diri dan tegas. Namun demikian, tidak semua yang percaya diri memiliki sifat argumentatif. Dengan kata lain, orang perlu memiliki percaya diri untuk dapat mengemukakan pandangannya. Namun demikian, sangatlah mungkin orang tetap memiliki percaya diri tanpa harus mengemukakan pandangannya sendiri. Menurut Infante, sifat komunikator yang argumentatif juga memiliki aspek negatif jika komunikator mengucapkan kata – kata yang agresif dan sikap permusuhan. Dalam penelitiannya terhadap kehidupan perkawinan, Infante menemukan bahwa peristiwa kekerasan dalam rumah tangga antara suami dan istri lebih disebabkan pasangan tersebut lebih banyak mengemukakan ucapan – ucapan yang

agresif, dan sedikit sekali mengemukakan pandangan argumentatif sebagaimana yang didalam rumah tangga yang tidak mengalami peristiwa kekerasan.

3. Sifat Cemas

Siapapun tentunya mengalami perasaan gugup ketika berbicara dengan seseorang ketika ia berkomunikasi. Banyak penelitian telah dilakukan terkait dengan masalah kecemasan dalam berkomunikasi, penelitian yang paling populer adalah yang dilakukan oleh James McCroskey, yang menyatakan bahwa pada dasarnya setiap orang pernah mengalami kecemasan berkomunikasi. Namun, ada kalanya kecemasan itu bersifat berlebihan sehingga menjadi tidak normal.

Kecemasan berkomunikasi merupakan kecenderungan untuk mengalami kecemasan dalam waktu yang relatif lama dan dalam berbagai situasi yang berbeda. Dalam hal ini, seseorang menderita karena merasa sangat cemas ketika ia harus berkomunikasi sehingga ia akan menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini menyebabkan orang bersangkutan tidak dapat bersosialisasi dalam masyarakat.

Kecemasan berkomunikasi merupakan bagian dari konsep yang lebih besar dalam konsep – konsep psikologi, seperti penghindaran sosial, kecemasan sosial, kecemasan interaksi, dan sifat malu yang secara umum disebut dengan kecemasan sosial dan komunikasi.

Patterson dan Ritts dalam penelitiannya mengemukakan beberapa parameter yang menunjukkan komunikator mengalami kecemasan sosial dan komunikasi. Menurut mereka, kecemasan sosial dan komunikasi memiliki aspek fisik, seperti denyut jantung atau wajah yang memerah karena malu, aspek tingkah laku seperti penghindaran dan perlindungan diri, serta aspek kognitif seperti terlalu fokus pada diri sendiri serta timbulnya pikiran negatif. Dari tiga parameter tersebut, aspek kognitif dinilai sebagai yang paling dominan. Hal ini berarti kecemasan sosial dan komunikasi sebagian besar berkenaan dengan bagaimana cara kita berfikir mengenai diri kita terkait dengan situasi komunikasi yang tengah dihadapi. Terkait dengan pemikiran negatif, Patterson dan Ritts mengemukakan, pemikiran negatif menyebabkan seseorang menjadi terlalu khawatir dengan dirinya sendiri sehingga ia harus memperhitungkan segala informasi dan gejala yang muncul dari lingkungan disekitarnya. Hal ini menyebabkan proses pengolahan informasi yang normal terganggu, yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk menarik diri dari lingkungannya.

2.2 Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial memiliki arti yang luas dalam ilmu sosial. Hal ini biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu. Asumsi

dasarnya pada “realitas adalah konstruksi sosial” dari Berger dan Luckmann. Selanjutnya dikatakan bahwa konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan. Pertama, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret, dimana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu. Kedua, konstruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal, hal ini tidak mengkonsumsi keseragaman. Ketiga, hal ini bersifat konsisten dengan masyarakat dan waktu.

Sebuah pandangan kita bahwa semua nilai, ideologi, dan institusi sosial adalah buatan manusia adalah konstruksi sosial. Diperlukan waktu untuk memahami dan menghargai implikasi penuh dari pernyataan ini. Sebagai contoh, dimasa lampau dianggap bahwa bumi adalah pusat jagat raya yang dikelilingi planet – planet. Galileo berpendapat lain dan menempatkan matahari sebagai pusat jagat raya dan bumi bersama planet – planet lain berevolusi mengelilingi matahari. Pendapat ini bertentangan dengan pandangan yang dianut umum dan karenanya ia dianggap gila dan malah dimasukkan ke dalam penjara. Oleh karena itu, diperlukan waktu yang panjang sebelum sistem heliosentris diterima umum.

Konstruksi sosial adalah sebuah pernyataan keyakinan (*a claim*) dan juga sebuah sudut pandang (*a view point*) bahwa kandungan dari kesadaran, dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan dan masyarakat. Pendekatan konstruksi sosial berkembang pada abad 20. Pendekatan yang kemudian berkembang pesat pada tahun 1970an ini banyak dipengaruhi oleh ide – ide Foucault, yang kemudian disebut konstruksionisme sosial, sosio – konstruksionisme, atau non – esensialisme.

Pendekatan konstruksi sosial lahir dari beberapa sumber seperti interaksionisme sosial, antropologi simbolik, dan para ilmuwan bidang *gay lesbian* dan feminis. Pendekatan ini lebih menekankan pengaruh budaya dalam memberikan suatu kerangka bagi pengalaman dan pemaknaan seksualitas. Dengan demikian, konstruksi sosial secara tegas menyertakan budaya sebagai faktor kunci untuk memahami seksualitas.

Istilah konstruksi atas realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *Tehe Sosial Construction of Reality : A Treatise in teha sociological of Knowledge (1966)*. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Sejauh ini ada tiga macam konstruktivisme : pertama, konstruktivisme radikal; kedua, realisme hipotesis; ketiga, konstruktivisme biasa. Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita. Bentuk itu tidak selalu representasi dunia nyata. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksi suatu realitas ontologis objektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang.

Pengetahuan merupakan suatu konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif. Karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi itu. Kemudian individu membangun sendiri pengetahuan

atas realitas yang dilihat itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget disebut dengan skema/skemata. Dan konstruktivisme macam ini yang oleh Berger dan Luckmann, (Bungin, 2008:1) disebut dengan konstruksi sosial.

Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:61) mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang – ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk – bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Menyangkut skema dialektis teoritis konstruksi sosial dijelaskan oleh Berger ada 3 (tiga) tahap yaitu eksternalisasi, internalisasi dan objektivasi. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. objektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusional. Internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga – lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Parera (Bungin, 2008:15) mengatakan bahwa tiga meomen dialektika itu memunculkan suatu proses konstruksi ssosial yang dilihat dari segi asal mulanya

merupakan hasil ciptaan manusia, yaitu buatan interaksi intersubyektif. Melalui proses dialektika ini, maka realitas sosial (minum kopi sebagai budaya) pertama dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut. Sebagai bagian dari tahap eksternalisasi, dimulai dari interaksi antara pesan peminum kopi kepada rekan yang diajak untuk minum kopi. Eksternalisasi adalah bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunai sosio kulturalnya. Dengan kata lain, eksternalisasi terjadi pada tahap yang sangat mendasar, dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk – produk sosial masyarakatnya. Proses ini dimaksud adalah ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Sebagaimana yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:16) mengatakan bahwa, produk – produk sosial dari eksternalisasi manusia mempunyai suatu sifat yang sui generis dibandingkan dengan konteks organismis dan konteks lingkungannya, maka penting ditekankan bahwa eksternalisasi itu adalah sebuah keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia. keberadaan manusia tak mungkin berlangsung dalam suatu lingkungan interioritas yang tertutup dan tanpa gerak. Keberadaan manusia harus terus – menerus mengeksternalisasikan diri dalam aktivitas.

Dengan demikian tahap eksternalisasi, ini berlangsung ketika produk sosial tercipta didalam masyarakat, kemudian individu mengeksternalisasikan kedalam dunia sosio – kultural sebagai bagian dari produk manusia.

Tahap objektivasi produk sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:16) mengatakan, memanifestasikan diri didalam produk – produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen – produsernya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka dapat dipahami secara langsung.

Dengan demikian individu melakukan, objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya objektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang dimasyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar – individu dan pencipta produk sosial itu.

Hal terpenting dalam objektivasi adalah pembuatan signifikasi, yakni pembuatan tanda – tanda oleh manusia. sebuah tanda dapat dibedakan dari objektivasi – objektivasi lainnya, karena tujuannya yang eksplisit untuk digunakan sebagai isyarat atau indeks bagi pemaknaan subjektif. Dengan demikian, maka objektivasi juga dapat digunakan, sebagai tanda, meskipun semula tidak dibuat untuk maksud itu.

Sebuah wilayah penandaan dapat menjembatani wilayah – wilayah kenyataan, dapat didefinisikan sebagai sebuah simbol, dan modus linguistik dengan apa transenden seperti itu dicapai, dapat dinamakan bahasa simbol. Maka, pada tingkat simbolisme,

signifikasi linguistik terlepas secara maksimal dari ‘di sini dan sekarang’ dalam kehidupan sehari – hari.

Dengan demikian, bahasa memegang peran penting dalam objektivasi terhadap tanda – tanda dan bahkan tidak saja dapat memasuki wilayah *de facto* melainkan juga *a priori* yang berdasarkan kenyataan lain tidak dapat dimasuki dalam pengalaman sehari – hari. Sekarang, bahasa mendirikan bangunan – bangunan representasi simbolik yang sangat besar yang tampaknya menjulang sangat tinggi diatas kenyataan hidup sehari – hari bagaikan kehadiran kawanan raksasa dari dunia lain. Agama, filsafat, kesenian dan ilmu pengetahuan, secara historis merupakan sistem – sistem simbol paling penting semacam ini.

Bahasa merupakan alat simbolis untuk mensignifikasi dimana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial kepada di objektivasi. Bangunan legitimasi disusun diatas bahasa dan menggunakan bahasa sebagai instrumen utama. ‘Logika’ yang dengan cara itu diberikan kepada tatanan kelembagaan, merupakan bagian dari cadangan pengetahuan masyarakat dan diterima sebagai sudah sewajarnya.

Bahasa bagi Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:17) menjadi tempat penyimpanan kumpulan besar endapan – endapan kolektif, yang bisa diperoleh secara monolitik, artinya sebagai keseluruhan yang kohesif dan tanpa merekonstruksikan lagi

sebagai proses pembentukannya semula. Bahasa digunakan untuk mensignifikasi

makna – makna yang dipahami sebagai pengetahuan yang relevan dengan masyarakatnya, sebagaimana pengetahuan itu dianggap relevan bagi semua orang dan sebahagian lagi hanya relevan bagi tipe – tipe orang tertentu saja.

Dalam kehidupan sehari – hari pengetahuan seseorang menuntun tindakan yang spesifik menjadi tipifikasi dari beberapa anggota masyarakat, tipifikasi itu kemudian menjadi dasar pembedaan orang dimasyarakatnya. Dan agar bentuk – bentuk tindakan dapat ditipifikasi, maka bentuk – bentuk tindakan itu harus memiliki art yang objektif yang pada gilirannya memerlukan suatu objektivikasi linguistik (Bungin, 2008:18). Objektivikasi linguistik ini dimaksud adalah harus ada kosakata yang mengacu pada bentuk – bentuk tindakan itu.

Objektivikasi linguistik terjadi dalam dua hal, yaitu dimulai dari pemberian tanda verbal yang sederhana sampai pada pemasukannya kedalam simbol – simbol yang kompleks yang selalu hadir pengalaman yang pada suatu ketika sampai kepada sebuah representasi yang oleh Berger dan Luckmann katakan *parexcellence*, yaitu kepada semua representasi lainnya tergantung. Seperti umpamanya lembaga hukum, dimana menjadi representasi bahasa hukum, kitab undang – undang, teori hukum, atau bahkan representasi yang mendasar dari lembaga dan norma – norma dalam sistem pemikiran etika, agama dan mitologi.

Jadi dengan demikian, yang terpenting dalam tahap objektivikasi ini adalah melakukan signifikasi, memberikan tanda bahasa dan simbolisasi terhadap benda yang signifikasi, melakukan tipifikasi terhadap kegiatan seseorang yang kemudian menjadi objektivikasi linguistik yaitu pemberian tanda verbal maupun simbolisasi yang kompleks.

Masyarakat pada kenyataannya berada baik sebagai kenyataan objektif maupun subjektif, dengan demikian bahwa setiap penafsiran terhadap haruslah mencakup

kedua kenyataan ini. Kedua kenyataan itulah dimaksud oleh Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:18) dengan proses dialektika dan berlangsung terus – menerus dan terdiri dari tiga momen yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Sejauh yang menyangkut fenomena masyarakat, momen – momen itu tidak dapat dipikirkan sebagaimana yang berlangsung dalam suatu urutan waktu. Yang benar adalah masyarakat dan setiap bagian darinya secara serentak dikarakterisasi oleh ketiga momen itu, sehingga setiap analisis yang hanya melihat salah satu dari ketiga momen itu adalah tidak memadai. Hal itu juga berlaku bagi anggota masyarakat secara individual, yang secara serentak mengeksternalisasi keberadaannya sendiri kedalam dunia sosial dan menginternalisasi sebagai suatu kenyataan objektif. Dengan kata lain, berada dalam masyarakat berarti berpartisipasi dalam dialektika itu.

Kendati demikian kedaannya, individu tidak dilahirkan sebagai anggota masyarakat, namun individu hanya dilahirkan dengan suatu predisposisi ke arah sosialisasi dan ia menjadi anggota masyarakat karena itu. Dalam kehidupan suatu individu ada suatu urutan waktu, dan selama itu pula ia diimbaskan sebagai partisipasi kedalam dialektika masyarakat. Titikawal dari proses ini adalah internalisasi, pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya sebagai suatu manifestasi proses – proses subyektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subyektif bagi individu sendiri. Tidak peduli apakah subyektif orang lain itu bersesuaian dengan subyektif individu tertentu, karena bisa jadi individu memahami orang lain secara keliru, karena sebenarnya subjektivitas orang lain itu tersedia secara objektif bagi

individu dan bermakna bagi dirinya. Kesesuaian sepenuhnya dari kedua makna subjektif dan pengetahuan timbal balik mengenai kesesuaian itu, mengandalkan terbentuknya pengertian bersama.

Dengan demikian, dalam arti umum merupakan dasar, pertama, bagi pemahaman mengenai 'sesama saya', yaitu pemahaman individu dan orang lain. Kedua, bagi pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial.

Pemaknaan ini bukanlah merupakan hasil dari penciptaan makna secara otonom oleh individu – individu yang terisolasi, melainkan dimulai dengan individu 'mengambil alih' dunia dimana sudah ada orang lain. Dalam proses 'mengambil alih' dunia itu, individu dapat memodifikasi dunia, bahkan dapat menciptakan ulang dunia secara kreatif. Bagaimanapun juga, dalam bentuk internalisasi kompleks, individu tidak hanya memahami proses – proses subjektif orang lain yang berlangsung sesaat, individu memahami dunia dimana ia hidup dan dunia itu menjadi dunia individu sendiri. Ini menandai bahwa individu dan orang mengalami kebersamaan dalam waktu dengan cara yang lebih dari sekedar sepintas lalu dan suatu perspektif komprehensif yang mempertautkan urutan situasi antara intersubjektif. Sekarang mereka masing – masing tidak hanya memahami definisi pihak lainnya tentang kenyataan sosial yang dialaminya bersama, namun mereka juga mendefinisikan kenyataan – kenyataan itu secara timbal balik. Sekarang yang terpenting bahwa terdapat suatu pengidentifikasian timbal balik yang berlangsung terus menerus antar mereka. Mereka tidak hanya hidup dalam dunia yang sama, tetapi mereka masing – masing berpartisipasi dalam

keberadaan pihak lainnya. Baru setelah mencapai tarif internalisasi semacam ini, individu menjadi anggota masyarakat.

Menurut Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:20) bahwa proses ontogenetik dimana individu menjadi anggota masyarakat seperti diatas, disebut sosialisasi, yang dengan demikian dapat didefinisikan sebagai pengimbasan individu yang sudah disosialisasikan itu kedalam sektor – sektor baru dalam dunia objektif masyarakat.

Sosialisasi primer merupakan proses dimana individu terlibat dengan dunia sosial lebih dari sekedar belajar secara kognitif semata – mata. Karena sosialisasi primer berlangsung dalam kondisi yang bermuatan emosi yang tinggi. Hubungan antara individu dengan orang lain dalam kondisi sangat akrab dan berada dalam situasi kelompok primer, dimana anak mengidentifikasi dirinya dengan anggota keluarga yang mempengaruhi dengan berbagai cara yang emosional. Anak – anak mengoper peran dan sikap orang tua atau orang – orang berpengaruh yang mempengaruhi mereka, artinya anak menginternalisasi dan menjadikan peran dan sikap orang tua sebagai sikapnya sendiri dan melalui internalisasi semacam ini anak mampu melakukan identifikasi terhadap dirinya sendiri.

Sifat sosialisasi primer juga dipengaruhi oleh berbagai persyaratan dalam pengalihan cadangan pengetahuan. Persyaratan tersebut dikatakan legitimasi tertentu menuntut tingkat kompleksitas linguistik yang lebih tinggi bagi pemahamannya dibandingkan dengan legitimasi lainnya.

Konstruksi sosial juga tidak terlepas dengan adanya fenomena. Fenomena yang terbangun melahirkan sebuah konstruksi. Dalam fenomena yang terbentuk terdapat

pendekatan ilmiah yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menelaah sebagai sebuah fenomena yang dialami secara langsung oleh manusia dalam hidupnya sehari – hari, seperti belajar dan melahirkan. Pengalaman hidup manusia sehari – hari merupakan fokus telaah fenomenologi. Secara khusus fenomenologi berupaya untuk mendeskripsikan dan menelaah pengalaman hidup manusia sebagaimana adanya, tanpa proses abstraksi dan intepretasi (Engkus, 2009:34).

Kata fenomenologi berasal dari kata *phenomenon*, yang berarti kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu. Fenomenologi (*phenomenology*) menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Jika anda ingin mengetahui apa itu cinta, maka anda tidak akan bertanya pada orang lain, tetapi anda langsung memahami cinta dari pengalaman langsung diri anda sendiri. Stanley Deetz, mengemukakan tiga prinsip dasar fenomenologi (Morissan dan Andy, 2009:31).

1. Pengetahuan adalah kesadaran. Pengetahuan tidak disimpulkan dari pengalaman, namun ditemukan secara langsung dari pengalaman sadar.
2. Makna dari sesuatu terdiri atas potensi sesuatu itu pada hidup seseorang.
Dengan kata lain, bagaimana anda memandang suatu objek, bergantung pada makna objek itu bagi anda

3. Bahasa adalah kendaraan makna. Kita mendapatkan pengalaman melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan menjelaskan dunia kita.

Tradisi fenomenologi terbagi tiga bagian, yaitu :

1. Fenomenologi Klasik

Pandangan ini menyatakan bahwa dunia dapat dirasakan atau dialami tanpa harus membawa serta berbagai kategori yang dimiliki orang yang ingin mengetahui pengalaman itu karena hal itu dapat mempengaruhi proses pengalaman itu.

2. Fenomenologi Persepsi

Menurut Ponty, manusia adalah makhluk yang memiliki kesatuan fisik dan mental yang menciptakan makna terhadap dunianya. Kita mengetahui sesuatu hanya melalui hubungan pribadi kita dengan sesuatu itu. Sebagai manusia, kita dipengaruhi oleh dunia luar atau lingkungan kita dan sebaliknya, kita juga mempengaruhi dunia di sekitar kita, melalui bagaimana kita mengalami dunia. Menurut Ponty, sesuatu itu ada karena sesuatu itu diketahui atau dikenali. Dengan demikian, suatu objek atau peristiwa itu ada dalam suatu proses yang timbal balik yaitu, hubungan dialogis dimana suatu objek atau peristiwa memengaruhi objek atau peristiwa lainnya.

3. Fenomenologi Hermeneutik

Cabang ini mirip dengan fenomenologi persepsi namun lebih dikembangkan dengan menerapkannya secara lebih komprehensif dalam komunikasi. Tokoh

penting dalam fenomenologi ini adalah Martin Heidegger. Menurutya realitas terhadap sesuatu tidak dapat diketahui hanya melalui analisi yang hati – hati, tetapi melalui pengalaman alami yang terbentuk melalui penggunaan bahasa dalam kehidupan setiap hari.

Komunikasi adalah kendaraan yang digunakan untuk menunjukkan makna dari pengalaman yang diterima atau dirasakan. Pemikiran adalah hasil dari bicara karena makna itu sendiri tercipta dari kata – kata. Ketika berkomunikasi, maka kita tengah mencoba cara – cara baru dalam melihat dunia. Kita mendengarkan kata – kata yang diucapkan orang setiap hari, yang pada akhirnya memengaruhi kita secara terus – menerus terhadap setiap peristiwa dan situasi yang kita hadapi. Dengan demikian, pandangan ini yang berupaya menghubungkan pengalaman dengan bahasa dan interaksi sosial menjadi relevan dengan disiplin ilmu komunikasi

Bagi kebanyakan sarjana, tradisi fenomenologi adalah naif, khususnya bagi mereka yang berada diluar tradisi ini. Menurut mereka, hidup dibentuk oleh berbagai kekuatan kompleks dan berhubungan dan hanya sebagian kekuatan itu saja yang dapat diketahui secara sadar pada suatu waktu. Kita tidak dapat menginterpretasikan sesuatu hanya dengan melihatnya secara sadar dan memikirkannya. Pengertian sebenarnya datang dari analisis cermat dari suatu sistem yang terdiri atas sejumlah efek.

Schutz setuju dengan pemikiran Weber (Engkus, 2009:109) tentang pengalaman dan perilaku manusia dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna

secara sosial. Schutz juga setuju dengan argumen Weber bahwa fenomena sosial dalam bentuknya yang ideal harus dipahami secara tepat. Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkan tujuan datang yang telah ditetapkan. Dengan demikian tujuan tindakan memiliki elemen ke masa depan dan elemen ke masa lalu. Untuk menggambarkan bahwa bahwa tujuan suatu tindakan sosial seseorang cukup kompleks, Schutz meminjam istilah tata bahasa, dengan menyebut *in the future perfect tense*. Sementara itu, suatu tindakan dapat berupa "tindakan yang sedang berlangsung" dan "tindakan yang telah lengkap".

Fenomenologi sebagai suatu tradisi pemikiran memfokuskan perhatiannya pada aspek internal manusia yaitu pengalaman sadar seseorang (Morissan, Andy, 2009: 202). Tradisi ini melihat pada cara – cara manusia memahami dan memberikan makna terhadap berbagai peristiwa dalam berbagai peristiwa dalam hidupnya dan juga terhadap rasa diri mereka (*sense of self*). Menurut Carl Roger (Morissan, Andy, 2009: 202), diri tidak dapat dipisahkan dari hubungan. Seluruh pengalaman yang dimiliki seseorang sebagai manusia disebut dengan bidang fenomenal, yaitu semua yang diketahui dan semua yang dirasakan, jadi bidang fenomenal merupakan totalitas pengalaman. Dapat disimpulkan bahwa pengalaman orang lain berdasarkan dari apa yang mereka katakan dan apa yang mereka lakukan.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman

bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan kosep – konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya (Engkus, 2009:2).

Bentuk – bentuk laporan yang dapat dibangun melalui pendekatan fenomenologi (Engkus, 2009:22) sebagai berikut:

1. Kesadaran temporan
2. Ruang kesadaran
3. Perhatian (misalnya kegiatan memfokuskan sesuatu dari hal kecil atau hal umum yang ada di sekelilingnya).
4. Kesadaran dari seseorang
5. Pengalaman sadar seseorang

Pada dasarnya fenomenologi mempelajari struktur tipe – tipe kesadaran, yang terentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, hasrat, kemauan, sampai tindakan, baik itu tindakan sosial maupun dalam bentuk bahasa. Struktur bentuk – bentuk kesadaran inilah yang oleh Husserl dinamakan dengan “kesengajaan”, yang terhubung langsung dengan sesuatu. Struktur kesadaran dalam pengalaman ini yang pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari pengalaman. “Isi” ini sama sekali berbeda dari “penampakannya”, karena sudah ada penambahan makna padanya.

Adapun dasar struktur kesadaran yang disengaja, dapat ditemukan dalam analisis refleksi, termasuk menemukan bentuk – bentuk yang lebih jauh dari pengalaman.

2.2.1 Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik (*Symbolik Interactionism*) memfokuskan perhatiannya pada cara – cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Paham mengenai interaksi simbolik adalah suatu cara berfikir mengenai pikiran, diri dan masyarakat yang telah memberikan banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu. Interaksi simbolik pada awalnya merupakan suatu gerakan pemikiran dalam ilmu sosiologi yang dibangun oleh George Herbert Mead, dan karyanya kemudian menjadi inti dari aliran pemikiran yang dinamakan Chicago School. Interaksi simbolik mendasarkan gagasan atas enam hal (Morris dan Andy, 2009:143) berikut ini :

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan karena itu akan terus berubah

3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*), dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial
4. Dunia terdiri atas berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek – objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat ini
6. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini, yaitu masyarakat, diri, dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek – aspek yang berbeda, namun berasal dari proses umum yang sama, yang disebut tindakan sosial.

Menurut paham interaksi simbolik, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan siapakah anda sebagai manusia? Manford Kuhn (Morissan dan Andy, 2009:75) menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. Diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi. Seorang anak bersosialisasi melalui interaksi dengan orang tua, saudara dan masyarakat sekitar. Orang memahami dan berhubungan dengan berbagai hal atau objek melalui interaksi sosial.

Menurut Kuhn (Morissan dan Andy, 2009) komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sendiri sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri didalam pikiran kita guna guna membuat perbedaan diantara benda – benda dan orang. Ketika seseorang membuat keputusan bagaimanabertingkah laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut Kuhn suatu rencana tindakan yang dipandu dengan sikap atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai – nilai terhadap mana tindakan akan diarahkan. Misalnya, seorang mahasiswa yang ingin melanjutkan kuliah harus terlebih dulu membuat rencana tindakan yang dipandu oleh seperangkat nilai nilai (sikap) positif dan negatif terhadap kuliah. Jika nilai positif lebih kuat, maka ia akan melanjutkan kuliah, namun jika nilai – nilai negatif yang lebih dominan, maka ia tidak akan melanjutkan kuliah.

Menurut pandangan interaksi simbolik, maka suatu objek sosial serta sikap dan rencana tindakan tidak merupakan suatu yang terisolir satu sama lain. Seluruh ide paham interaksi simbolik menyatakan bahwa makna muncul melalui interaksi. Orang – orang terdekat memberikan pengaruh besa dalam kehidupan kita. Mereka adalah orang – orang dengan siapa kita memiliki hubungan dan ikatan emosional seperti orang tua atau saudara. Mereka memperkenalkan kita dengan kata – kata baru, konsep – konsep tertentu atau kategori – kategori tertentu yang kesemuanya memberikan pengaruh kepada kita dalam melihat realitas. Orang terdekat membantu kiat belajar membedakan antara diri kita dan orang lain sehingga kita terus memiliki *sense of self*.

Konsep diri merupakan objek sosial penting yang didefinisikan dan dipahami berdasarkan jangka waktu tertentu selama interaksi antara kita dengan orang – orang terdekat. Konsep diri anda tidak lebih dari rencana tindakan anda terhadap diri anda, identitas anda, ketertarikan, kebencian, tujuan, ideolog serta evaluasi diri anda. Konsep diri memberikan acuan dalam menilai objek lain. Seluruh rencana tindakan ini berawal dari konsep diri.

Dalam kajian yang sama, Blumer (Engkus, 2009:113) mengungkapkan tiga premis yang mendasari pemikiran interaksionisme simbolik, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna – makna yang ada sesuatu itu bagi mereka
2. Makna tersebut berasal dari “interaksi sosial seseorang dengan orang lain”
3. Makna – makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial berlangsung

Dengan demikian interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dan pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol – simbol. Sebuah makna dipelajari melalui interaksi di antara orang – orang, dan makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol – simbol dalam kelompok sosial. Pada sisi lain, interaksi simbolik memandang bahwa seluruh struktur dan institusi sosial diciptakan oleh adanya interaksi diantara orang – orang. Selain itu tingkah laku seseorang tidak mutlak ditentukan oleh kejadian – kejadian pada masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja.

Dalam konteks komunikasi interpersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Sementara itu tingkah laku terbentuk atau tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. Namun demikian, seseorang tidak dapat memahami pengalaman orang lain dengan hanya mengamati tingkah lakunya belaka. Pengalaman dan pengertian seseorang akan berbagai hal harus diketahui secara pasti.

Seseorang akan menjadi manusia hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Kesadaran dan pikiran melibatkan interaksi manusia dengan dirinya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu, bukan sekedar tindakan luar yang terlihat.

Memahami makna, simbol serta tindakan yang tersembunyi menurut interaksionisme simbolik ini memerlukan metode penelitian kualitatif. Sifat dan kondisi alamiah dari subjek yang diteliti, misalnya dengan memberikan mereka kesempatan atau membiarkan mereka berbicara atau berperilaku apa adanya sebagaimana yang mereka kehendaki akan memungkinkan memunculkan perilaku tersembunyi itu.

Mead (Engkus, 2009:114) menjelaskan bahwa kemampuan manusia untuk dapat merespons simbol – simbol diantara mereka ketika berinteraksi, membawa penjelasan interaksionisme simbolik kepada konsep tentang diri (*self*). Mead menjelaskan bahwa secara sosial seseorang dapat melakukan tindakan kepada dirinya sendiri, seperti juga kepada orang lain. Dia dapat memuji dirinya, menyalahkan dirinya, atau mendorong dirinya sendiri. Dia berbagi dirinya dengan dirinya sendiri, menghukum diri oleh dirinya sendiri dan seterusnya. Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan, seseorang dapat menjadikan dirinya sebagai objek tindakannya sendiri.

Pemikiran interaksi simbolik ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol – simbol yang masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah, pahami tentang budaya minum kopi akan semakin sempurna oleh karena interaksi diantara masyarakat dengan individu, atau dengan kelompok lain yang bukan peminum kopi atau dengan kelompok lain yang bukan masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah. Simbol – simbol yang diciptakan, dipikirkan dan dipahami mereka merupakan bahasa yang mengikat aktifitas diantara mereka dan dengan luar kelompok mereka. Oleh karenanya, bahasa tersebut akan membentuk komunikasi yang khas di kalangan masyarakat Tanoh Gayo dan masyarakat dengan individu atau komunitas diluarnya. pandangan interaksi simbolik membantu menjelaskan bagaimana masyarakat memandang dirinya atas budaya minum kopi yang terbentuk. Selain itu, bagaimana masyarakat menilai budaya minum kopi berdasarkan atas pandangannya sendiri, baik dengan pandangannya sendiri maupun dari pandangan masyarakat lain diluar

komunitasnya. Melalui pemahaman ini diketahui bahwa apakah masyarakat menjalankan budaya minum kopi hanya untuk menjaga adanya budaya dari leluhur saja atau memang budaya ini sudah dirasakan memiliki makna yang kian khusus dalam kehidupan mereka, akankan masyarakat mampu menjadi lebih kreatif dengan budaya yang ada dan memberikan pemahaman akan nilai budaya minum kopi terhadap komunitas diluar mereka.

2.2.2 Budaya Masyarakat

Istilah budaya berasal dari bahasa sansekerta *buddhayah*, yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti budi dan akal. Budaya merupakan suatu perkembangan dari kata majemuk budi-daya, yang berarti daya dari budi, karena itu mereka membedakan antara budaya dengan kebudayaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003 : 169), budaya bisa diartikan sebagai; 1) pikiran, akal budi; 2) adat isitiadat; 3) sesuatu mengenai kebudyaan yang sudah berkembang (beradab, maju); dan 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta, karsa dan rasa, dan kebudayaan, adalah hasil dari cipta, karsa dan rasa tersebut.

Budaya berkenaan dengan kehidupan manusia karena faktor utama yang tanpa disadari telah melekat pada manusia sedari ia lahir. Budaya yang dibawanya sedari ia lahir adalah budaya yang diberikan oleh orang tuanya atau sering dikatakan adalah kebiasaan/cara yang diturunkan dari generasi ke generasi. Seperti yang dikatakan oleh

Tubbs, Stewart and Moss, Sylvia (dalam Rini Darmastuti, 2013: 29) bahwa “culture is a way of life developed and shared by a group of people and passed down from generation to generation” yang dapat diartikan menjadi “budaya adalah sebuah cara hidup yang dikembangkan dan diberikan oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi”. Budaya yang diwariskan itulah yang mempengaruhi cara hidup manusia dari bagaimana cara bertahan hidup, cara berinteraksi, cara berkomunikasi, hingga kebiasaan yang dilakukan yang akan bercampur saat ia berinteraksi dengan orang lain yang memiliki budaya yang berbeda.

Budaya memiliki unsur-unsur yang berkaitan secara langsung dengan persepsi kita saat berkomunikasi (Wulan, 2020:134), yaitu:

1. Kepercayaan, nilai, dan sikap. Unsur ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi kita saat berkomunikasi karena dapat menjadi penghalang persamaan persepsi apabila memiliki kepercayaan, nilai, dan sikap yang berbeda dari sumber (komunikator)
2. Pandangan dunia. Yang dimaksud dalam unsur ini adalah bagaimana persepsi dunia pada suatu hal dapat mempengaruhi kita berkomunikasi.
3. Organisasi sosial. Organisasi apa yang kita ikuti menjadi tempat atau lingkungan yang dapat mempengaruhi persepsi kita akan suatu hal dan dapat membentuk perilaku maupun persepsi yang baru
4. Tabiat manusia. Unsur ini merupakan unsur yang dibawa sedari kecil yang menjadi kebiasaan dan sulit untuk diubah serta, menjadi salah satu faktor utama yang dapat menimbulkan kesalahpahaman saat berkomunikasi.

5. Orientasi kegiatan. Kegiatan yang kita lakukan sehari-hari juga dapat memberi pengaruh persepsi kita dalam memandang suatu hal.
6. Persepsi tentang diri dan orang lain. Unsur ini sangat dipengaruhi dari latar belakang yang kita miliki karena secara tidak langsung menanamkan stereotip dan prasangka yang sedari dulu sudah ada

Kehadiran media sosial membawa budaya baru dalam interaksi sosial Indonesia sekarang ini. Menyampaikan informasi pribadi dan kegiatan sehari – hari ke ruang publik bukan menjadi hal tabu lagi dan tidak canggung dalam melakukannya. Jauh sebelum kehadiran internet, pengungkapan diri lazimnya dilakukan dengan orang – orang terdekat atau hanya terjadi dalam interaksi langsung dengan orang lain (Harahap, Ginting & Khairani, 2021:755).

2.3 Kajian Penelitian Yang Relevan

No/Judul>Nama	Hasil Penelitian
1. Konstruksi Budaya Ngopi Bagi Generasi Mileneal Di Kota Kediri, 2020, Darwin Irawan, Diah Ayu	Melalui pendekatan Etnometodologi, maka ditemukan gambaran bangunan dari pemaknaan kopi bagi generasi mileneal di Kota Kediri, yang terdiri dari kenyamanan, Social Bounding, aktualisasi diri, dan eksistensi komunitas.

2. Perilaku Konsumtif Remaja penikmat Warung Kopi, 2017. Ardieta Kurniawan	Hasil penelitian ditemukan bahwa karakteristik yang menonjol pada remaja peminum kopi adalah gaya hidup dan kehidupan sosial mereka, dengan kehidupan yang paling menonjol pada diri mereka adalah motivasi individu dan ekonomi individu.
3. Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks. 2019. Satwika	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik konsumsi kopi ala starbucks merupakan bentuk konsumerisme postmodern, yakni pola konsumsi yang tidak sesuai dengan arti harfiah dari konsumsi, namun lebih mengarah pada konsumsi simbol – simbol.
4. Studi Fenomenologi Penyelarasan Makna Dan Pengalaman Penikmat Warung Kopi di Ambon. 2020. Wulan Purnama Sari	Hasil penelitian menunjukkan akibat dari konflik warung kopi dibedakan berdasarkan wilayahnya, Islam dan Keristen, sehingga pengunjung juga menjadi terpisah antar kelompok baik antara pemilik dengan pengunjung yang sama – sama dalam kategori satu kelompok.
5. Fenomena Mahasiswa Ngopi di Angkringan 99. 2016. Beny Ishak	Hasil penelitian ini menunjukkan motif <i>because</i> mahasiswa aktivis ngopi. Ngopi merupakan gaya hidup mahasiswa aktivis, sebelum memasuki

	dunia perkuliahan mereka sudah mengenal kopi dari lingkungan keluarganya.
6. Representasi Gaya Hidup dan Tradisi Minum Kopi Dalam Karya Sastra. 2019. Muhammad Aji dan Lina Meilinawati.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa cerpen “Filosofi Kopi” menampilkan budaya minum kopi dalam dua representasi yaitu kopi sebagai gaya hidup dan kopi sebagai tradisi. Kemudian representasi minum kopi sebagai gaya hidup diperlihatkan dari cara kaum urban memproduksi citra tertentu melalui aktifitas minum kopi
7. Gaya Hidup Ngopi sebagai perilaku Konsumsi, 2021. Profil Yugantara, Rachmad K, Dwi Susilo, Sulisnadi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ngopi pada saat ini adalah sebuah icon gaya hidup modern dan gaya hidup ngopi terdapat perilaku konsumsi yang bertujuan untuk mendapatkan prestise, gengsi, image, status sosial dan secara sadar atau tidak sadar yang akan membedakan diri individu dengan orang lain.
8. Gaya Hidup Konsumen Warung Kopi di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember, 2016. Adi Prasodjo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumen warung kopi terdiri atas enam kategori, yakni: gaya hidup konsumen dalam membeli suasana, gaya hidup konsumen dalam bersosialisasi, gaya hidup konsumen untuk berbagi dan mencari informasi,

	gaya hidup konsumen terhadap produk, gaya hidup konsumen yang menjadi kebiasaan dan gaya hidup konsumen untuk berekreasi.
9. Aktivisme dan Kapitalisme Digital : Konstruksi Branding Warung Kopi Melalui Instagram. 2019. Nabila Nailur Rohmah dan Shuri Mariasih	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi branding warung kopi di instagram memuat adanya upaya penciptaan transformasi sosial melalui aktivisme konsumen serta artikulasi identitas gerakan dalam rangka akumulasi kapital sosial dan simbolik
10. Ngopi: Mamaknai Aktivitas Minum Kopi dalam Konteks Budaya Populer. 2020. Michael Bernhard Djami	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ngopi atau minum kopi telah mengalami perkembangan makna dalam konteks budaya populer. Pemaknaan kopi sebagai aktifitas konsumtif dan aktifitas produktif serta aktifitas spiritual

Persamaan dalam penelitian ini dengan beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi acuan Peneliti adalah sama – sama meneliti terkait minum kopi yang biasa dilakukan sebagai gaya hidup atau budaya dalam kehidupan bermasyarakat modern. Serta melihat, konstruksi apa yang dibangun dari gaya hidup minum kopi tersebut, dengan teori kontruksi sosial atas realita oleh Barger dan Luckmann.

Perbedaan dengan penelitian ini adalah beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi pedoman bagi Peneliti memiliki lokasi penelitian yang berbeda. Selain itu,

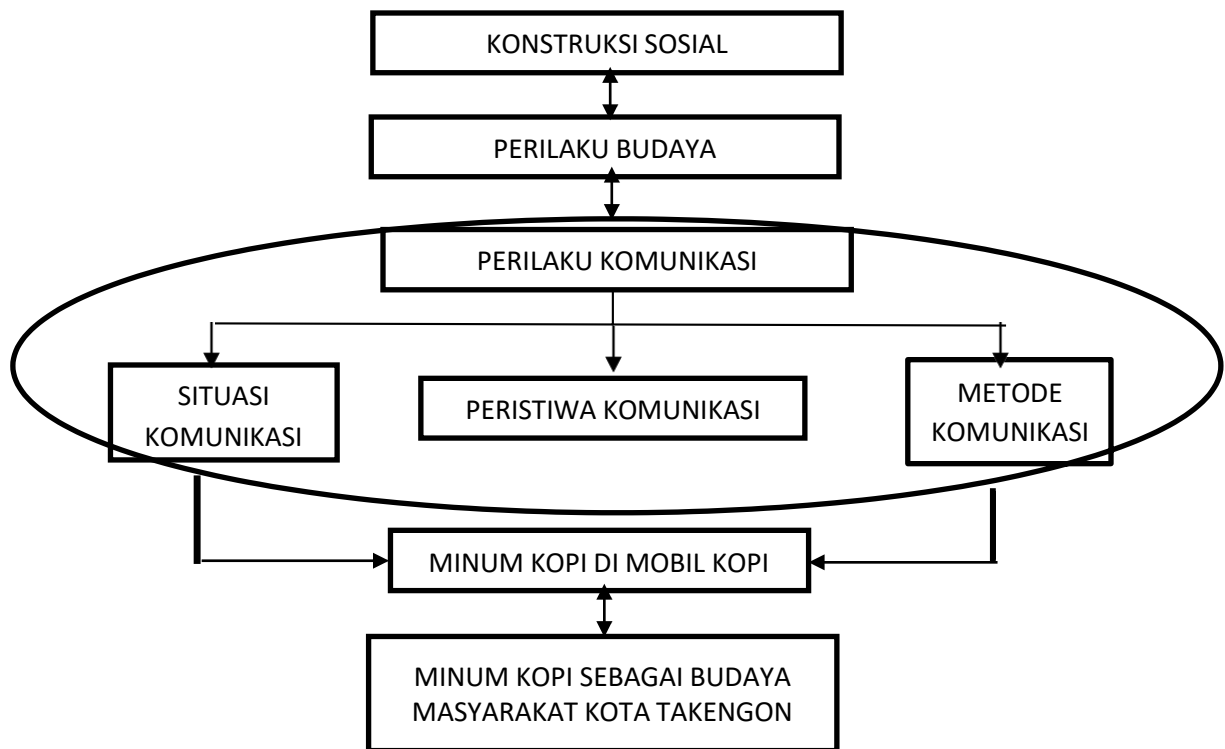
Peneliti menambahkan teori interaksi simbolik pada penelitian ini, berbeda dengan penelitian terdahulu yang menjadi acuan Peneliti dalam penelitian ini.

2.4 Kerangka Berfikir

Menurut Delamater dan Hyde bahwa konstruksi sosial menyatakan tidak adanya kenyataan pokok yang benar, realitas adalah konstruksi sosial, oleh karena itu fenomena yang terbentuk dapat menghasilkan suatu budaya, bahasa dan juga institusi – institusi. Dunia pengalaman individu tidak dapat dipisahkan dari dunia sosial sebagaimana diutarakan oleh Berger dan Luckmann (Charles, 2018:3). Penerapan teori Berger ternyata tidak terbatas pada analisis masyarakat secara makro serta analisis kelompok kecil. Individu akan memilih, menimbang dan kemudian menentukan hal – hal mana yang akan memuaskan kebutuhannya.

Di dalam budaya masyarakat Kota Takengon, kopi adalah bagian yang tidak dapat terlepas dari kehidupan sehari – hari. Baik secara kebutuhan secara konsumsi maupun ekonomi karena kondisi alam yang mendukung adanya pengembangan kopi di wilayah tersebut. Kesadaran pentingnya budaya minum kopi yang tidak dapat terlepas dari kehidupan masyarakat dari zaman ke zaman dikonstruksi dengan cara yang lebih modern melalui mobil kopi. Dari perjalanan sejarah, dari masa silam ke masa kini, mulai dari minum kopi di rumah, lalu beralih ke warung kopi kemudian saat ini menikmati dengan cara yang lebih praktis di mobil kopi, ditata dan diterima, untuk melegitimasi konstruksi sosial yang sudah ada dan memberikan makna bagi berbagai bidang pengalaman individu masing – masing. Perilaku komunikasi melalui aktifitas dan tindakan sehari mengkonstruksi budaya baru pada masyarakat di Kota Takengon dalam menikmati kopi.

Uraian yang telah dikemukakan diatas dapat digambarkan menjadi tahapan model penelitian seperti dibawah ini :



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir
(Peneliti, 2021)

Adapun keterangan dari kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstruksi sosial adalah proses dimana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

2. Perilaku budaya adalah sebuah cara hidup yang dikembangkan dan diberikan oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi, sehingga budaya yang diwariskan itulah yang mempengaruhi cara hidup manusia dari bagaimana cara bertahan hidup, cara berinteraksi, cara berkomunikasi, hingga kebiasaan yang dilakukan yang akan bercampur saat ia berinteraksi dengan orang lain yang memiliki budaya yang berbeda.
3. Perilaku komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan melalui seseorang atau komunikator yang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain.
4. Situasi komunikasi adalah suasa atau lingkungan dimana seseorang memperoleh informasi atau melakukan komunikasi.
5. Peristiwa komunikasi adalah suatu gejala yang terjadi berdasarkan bagaimana bentuk dan sifat terjadinya komunikasi.
6. Metode komunikasi adalah tata cara dalam menemukan hasil dari sebuah komunikasi
7. Minum kopi di mobil kopi adalah suatu tempat untuk menikmati minum kopi.

Minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon adalah budaya yang mengakar dan turun temurun dilakukan hingga menjadi sebuah kebiasaan yang tidak dapat ditinggalkan serta melekat pada masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah. Pada kerangka berfikir diatas, peneliti ingin meneliti bagaimana konstruksi

sosial minum kopi sbagai budaya masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah. Tradisi yang teralin dengan tatacara minum kopi yang dilakukan masyarakat terus berkembang untuk membangun komunikasi yang lebih baik dan mengikat antara masyarakat. Kopi yang menjadi suatu kebutuhan bukan lagi karena budaya berkembang dan mengikat dalam kehidupan masyarakat yang utuh. Tatacara yang kemudian berubah dari menikmati kopi di warung kemudian bergeser ke mobil kopi yang lebih berkesan modernisasi dan individualis dengan teknik menikmati kopi memacai cup dan secara take away, bukan lagi duduk dan bersantai sambil berbicang dengan teman, rekan bisnis atau kerabat

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif berkembang ketika terjadinya perubahan terhadap paradigma dalam memandang suatu realitas, fenomena, maupun gejala yang diamati. Saat terjadinya perubahan paradigma tersebut, realitas sosial telah dipandang dan dipahami sebagai hal yang holistik, kompleks, dinamis, dan penuh dengan pemaknaan (Augina, 2020:146).

Penelitian merupakan suatu proses, rangkaian langkah – langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis guna mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan – pertanyaan tertentu (Augina, 2020:147). Dalam penulisan karya ilmiah, metode penelitian merupakan suatu hal yang akan menentukan efektifitas dan sistematisnya sebuah penelitian. Suatu penelitian dirancang dan diarahkan guna memecahkan suatu masalah atau *problem statemen* tertentu. Pemecahannya dapat berupa jabatan atau suatu masalah, atau untuk melihat hubungan anatar dua atau lebih variabel yang menjadi fokus suatu penelitian. Dalam konteks ini penelitian berfungsi sebagai alat untuk memecahkan suatu masalah. Suatu penelitian berkepentingan dengan penemuan baru, jadi bukan sekedar mensintesis atau mengorganisasi hal – hal yang telah diketahui sebelumnya, disini penelitian berfungsi sebagai sebuah inovasi (Nurul, 2006:1)

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, Metode ini berfokus tentang eksplorasi bagaimana manusia menciptakan pengalaman dan mengubah pengalaman tersebut menjadi kesadaran, baik sebagai makna individual maupun makna yang dibagi bersama. Fenomena yang akan dikaji dalam penelitian adalah sebuah anekdot yang menjelaskan bahwa dengan kopi dapat berkomunikasi. Anekdot tersebut adalah nggak ada kopi nggak cakap, kemudian sebuah quote miliknya Teuku Umar yang mengatakan bahwa, besok kita akan bertemu di warung kopi sambil menikmati kopi. Dalam dua kalimat komunikasi tersebut, dapat dijumpai makna bahwa kopi dianggap sebagai wadah dalam komunikasi, kemudian dikaitkan dengan fenomena hadirnya mobil kopi yang melanda Kota Takengon, Aceh Tengah, apakah akan ada perubahan budaya baru sehingga melahirkan gaya komunikasi yang baru.

Schutz juga menjelaskan, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada disekelilingnya. Sehingga gaya meniru berujung menjadi kebiasaan sering terlihat dalam tindakan sosial masyarakat.

Menurut Bogdan dan Guba (Suharsaputra 2012: 181), penelitian kualitatif atau *naturalistic inquiry* adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sejalan dengan pendapat Kirk dan Miller, penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan

pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.

Selanjutnya menurut Fraenkel dan Wallen, bahwa penelitian yang mengkaji kualitas hubungan, kegiatan, situasi, atau material disebut dengan penelitian kualitatif, dengan penekanan kuat pada deskripsi menyeluruh dalam menggambarkan rincian segala sesuatu yang terjadi pada suatu kegiatan atau situasi tertentu.

Penelitian fenomenologis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang Konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah orang – orang yang dapat memberikan informasi terkait dengan penelitian ini. Objek dalam penelitian ini adalah konstruksi sosial minum kopi dan komunikasi budaya.

3.3 Informan Penelitian

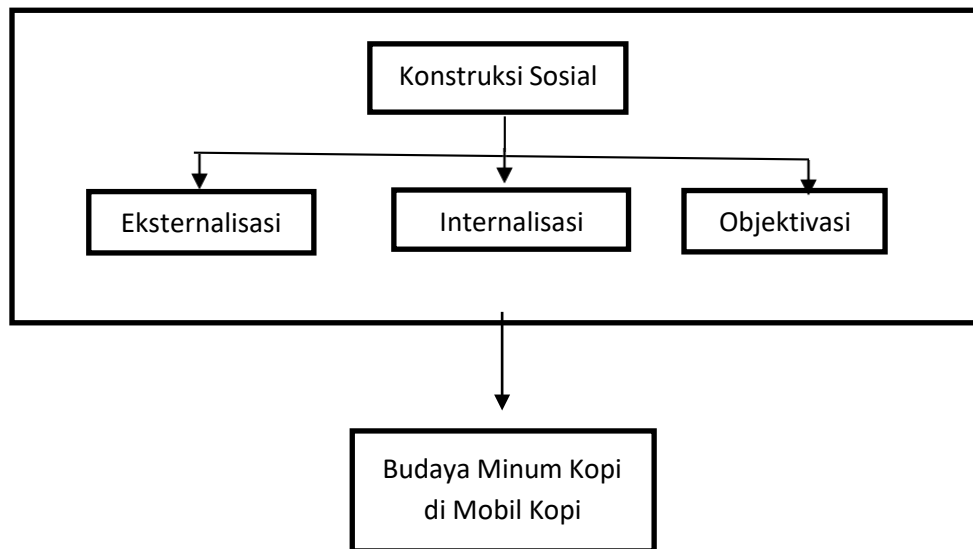
Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaannya diteliti (Suharsaputra 2012: 213). Informan penelitian dalam penelitian ini adalah beberapa masyarakat yang berhubungan langsung dengan judul penelitian ini, yang terdiri dari:

1. Tokoh masyarakat di Kota Takengon, dianggap sesuai untuk menjadi informan dalam penelitian ini karena mampu memberikan informasi tentang kondisi dan kebiasaan dari masyarakat di Kota Takengon.
2. Budayawan di Kota Takengon, dianggap sesuai untuk menjadi informan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan secara rinci tentang kebiasaan minum kopi yang merupakan budaya yang berkembang sejak dahulu.
3. Pemilik sekaligus sekretaris komunitas mobil kopi di Kota Takengon, dianggap penting menjadi informan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan konstruksi sosial minum kopi di mobil kopi yang saat ini berkembang sebagai budaya baru masyarakat Kota Takengon.
4. Masyarakat Kota Takengon sebagai penikmat kopi yang sering menikmati kopi di mobil kopi, dipilih menjadi informan penelitian ini agar peneliti mendapatkan informasi bagaimana penilaian yang dirasakan menikmati kopi di mobil kopi.
5. Masyarakat Kota Takengon sebagai petani kopi, dipilih dalam penelitian ini karena dianggap dapat memberikan informasi tentang karakteristik kopi serta pengaruhnya bagi tubuh.

3.4 Katagorisasi

Konsep utama dalam penelitian ini adalah konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah. Untuk memudahkan analisis

terhadap konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya diturunkan dalam bentuk kategori melalui teori – teori yang digunakan sebagai berikut :



Gambar 3.1. Kategorisasi
(Peneliti, 2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, seorang peneliti sangat mengandalkan hasil penelitiannya melalui observasi yang di dukung oleh wawancara dan dokumentasi yang dikumpulkan di lapangan. Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan sejumlah informasi yang dikenal dengan data penelitian (Mukhtar, 2013:109). Dalam teknik pengumpulan data ini adalah langkah yang paling strategis

dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian itu sendiri adalah untuk mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Sebagian besar sumber data penelitian kualitatif didasarkan pada wawancara mendalam, teknik ini menggunakan pertanyaan *open – ended* dengan mengutamakan sikap etis terhadap informan yang sedang dipelajari. data yang diperoleh berupa persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan (Augina, 2020:151).

Dengan kata lain wawancara merupakan proses tanya jawab antara peneliti dengan subjek penelitian atau informan dalam situasi sosial. Wawancara menggunakan seperangkat daftar pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti sesuai dengan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang akan dijawab melalui proses wawancara (Mukhtar, 2013:201).

Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan panduan wawancara berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis (Sugiono, 2011:138). Dalam hal ini wawancara diarahakan untuk mendapatkan jawaban mengenai bagaimana konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

2. Obsevasi

Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif (Augina, 2020:151). Khususnya menyangkut ilmu – ilmu sosial dan perilaku manusia. observasi ini dilakukan dengan pengamatan terhadap apa yang diteliti yang hasilnya dapat berupa gambaran yang ada dilapangan dalam bentuk sikap, tindakan, pembicaraan, maupun interaksi interaksi interpersonal. Dalam hal ini peneliti sendiri akan menjadi pengamat dalam melakukan pengamatan langsung tentang konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data dari data – data yang telah didokumentasikan dalam berbagai bentuk (Burhan, 2006:154). Surarismi Arikunto mengatakan bahwa “metode dokumentasi adalah data mengani hal – hal variabel yang berupa catatan, transkrip buku – buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya” (Augina, 2020:151). Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar, foto, dan karya – karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian. Apabila dengan berbagai teknik tersebut menghasilkan data yang berbeda – beda satu sama lainnya, penelitian dapat melakukan

diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang terkait hingga didapatkan kepastian dan kebenaran datanya. Metode ini digunakan untuk memperoleh data seputar bagaimana konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah dengan mencari bahan dokumentasi yang membicarakan tentang masalah penelitian.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data adalah melakukan uji validasi dan reabilitas data pada penelitian. Pada penelitian ini triangulasi menjadi fokus penelitian (Hadi, 2016:75). Hal ini terkait dengan penggunaan triangulasi sebagai teknik pemeriksaan data yang paling banyak digunakan dalam proses penelitian.

Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif (Augina, 2020:150).

Triangulasi merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan oleh peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Dengan kata lain, triangulasi suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan memanfaatkan hal – hal untuk pengecekan atau perbandingan data. Hal – hal yang dimaksud adalah sumber, metode, peneliti, dan teori. Selain itu, triangulasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik dan waktu.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah. Data yang ditemukan dapat dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis tersebut dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dapat dilakukan kesepakatan dengan sumber data tersebut.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama, namun dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang telah diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan A terkait konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah, maka dilakukan pengecekan kembali melalui observasi maupun dokumentasi

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu atau situasi yang berbeda. Sebagai contoh, ketika mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung dari budaya minum kopi, maka informan sebelumnya yang telah dilakukan wawancara

mendalam, diulangi wawancaranya pada waktu atau situasi berbeda. Apabila hasil uji tetap menunjukkan data yang berbeda, penelitian dapat melakukannya secara berulang hingga ditemukan kepastian data.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah semua jawaban yang didapat, peneliti akan mengolah terlebih dahulu sebelum data – data tersebut peneliti analiisi. Analisis adalah mengelompokkan, membuat suatu urutan, serta menyingkatkan data sehingga mudah untuk dibaca, analisis data juga dapat diartikan sebagai suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Mohnasir, 1999:419).

Metode analisis data yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, sehingga prinsip logika berkaitan dengan berfikir atau data untuk membangun konsep proposisi teori dan lain – lainnya. Langkah – langkah yang diambil untuk menganalisis data tersebut adalah:

1. Reduksi Data

Adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan.

2. Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan dapat memberikan kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan dari data yang disajikan.

3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Adalah rangkaian analisis data puncak. Meskipun begitu, kesimpulan juga membutuhkan verifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dimaksudkan untuk menghasilkan kesimpulan ditinjau ulang dengan cara memverifikasi kembali catatan – catatan selama penelitian dan mencari pola, tema, model, hubungan dan persamaan untuk diambil sebuah kesimpulan.

Hal – hala yang perlu diperhatikan dalam pengambilan kesimpulan antara lain:

- 1) Secara induktif yaitu berdasarkan informasi atau data yang diperoleh dari berbagai sumber yang bersifat khusus dan individual, diambil kesimpulan yang bersifat umum atau general.
- 2) Rumusan masalah atau pernyataan penelitian harus terjawab di dalam kesimpulan
- 3) Kesimpulan jangan terlalu luas dan jangan terlalu sempit (Syukur, 2006:11)

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian terhadap konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah, yang meliputi berbagai aktivitas budaya dalam peningkatan kualitas budaya dan kreatifitas pengembangan budaya. Adapun waktu penelitian akan dilakukan dalam rentang waktu 2 (dua) bulan terhitung dari Bulan Juli 2021 sampai dengan Bulan Agustus 2021.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Dalam kegiatan observasi secara pandangan mata, wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang telah ditentukan dalam penelitian ini, serta dokumentasi yang telah peneliti ambil ketika melakukan kegiatan untuk mendapatkan hasil pada penelitian, maka secara terperinci dapat peneliti jelaskan sebagai berikut

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Kota Takengon, Kabupaten Aceh Tengah berada pada ketinggian antara 1.250 meter sampai dengan 2.600 meter DPL. Topografi Kabupaten Aceh Tengah yang bergunung dan berbukit memiliki iklim tropis, dimana musim kemarau biasanya jatuh pada bulan Januari sampai dengan Juli, musim hujan berlangsung dari bulan Agustus sampai bulan Desembr. Rata – rata curah hujan berkisar antara 1.082 sampai dengan 2.409 mm/tahun dengan jumlah hari hujan antara 113 sampai dengan 160 hari pertahun (sumber data: BPS Kab. Aceh Tengah 2020). Suhu udara 20,10°C, bulan terpanas adalah Bulan April dan Mei yaitu 20,6°C dan terdingin pada Bulan September yaitu 19,70°. Kedaan udara tidak terlalu lembab dengan rata – rata kelembaban nisbi 80% dengan keadaan alam seperti ini sangat mendukung bagi tanaman kopi.

Takengon merupakan ibu kota dari Aceh Tengah adalah salah satu kabupaten dari Provinsi Aceh yang berada di kawasan dataran tinggi Gayo. Sebagai daerah penghasil kopi, pokat dan buah – buahan, Aceh tengah sudah dikenal sejak dulu dan dapat dikategorikan sebagai daerah pertanian. Suku Gayo, Batak karo, Aceh Pesisir, Jawa, Batak Toba, Tionghoa, Padang, dan lain – lain merupakan penduduk Kabupaten Aceh Tengah terdiri dari beberapa etnis/ sub etnis. Tentunya Etnis/ sub etnis semakin memperkaya keberadaan perbendaharaan kesenian Kabupaten Aceh Tengah seperti Saman, Tari Guel, Didong, Bines, dan kesenian penduduk pendatang dapat ditemukan juga, seperti Wayang Kulit, Seudati, tari Tor – tor, Ludruk, Barongs dan lain – lain (Arfiansyah, 2020:3)

Budaya lainnya yang merupakan ciri khas masyarakat Kota Takengon adalah budaya sumang. Budaya sumang bernilai baik dan buruk, benar dan salah, amar makruf nahi mungkar. Karena itu budaya sumang merupakan suatu sistem budaya Gayo yang bernilai spiritual dan berorientasi pada akhlak mulia, membentuk pergaulan hidup bersama yang berlandaskan ajaran Islam dan adat – istiadat. Jadi budaya sumang menjadi suatu tradisi masyarakat Gayo secara turun temurun dari generasi kepada generasi selanjutnya secara estafet, sebagaimana C. Snouck Hurgronje (Syukri, 2017:407) budaya sumang dan adat istiadat masyarakat Gayo dan kebudayaan, termasuk budaya sumang ini, membuat ini kurang dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia khususnya dan dimata dunia Internasional umumnya.

Tanpa bergumul dan bersentuhan sama sekali dengan persoalan kontemporer, budaya sumang ini menjadi punah dan ketinggalan. Hakim aman pinan mengatakan

bahwa adat dan budaya sumang itu dipergunakan sudah terlalu jauh menyimpang dari aturan – aturan yang sebenarnya sehingga warnanya sudah tidak orisinil lagi dan perkembangan memudar terus, seakan – akan adat itu tidak mempunyai roh lagi.

Beragam budaya yang telah banyak memudar di Kota Takengon seiring berjalannya waktu dan adanya penggilasan globalisasi. Hal ini juga tampak terjadi dengan budaya minum kopi di Kota Takengon, termulai dari minum kopi di rumah bersama keluarga, kemudian mengarah ke kedai kopi yang lebih bermasyarakat lalu berlanjut dengan meminum kopi dengan lebih praktis di mobil kopi. Sejarah panjang tradisi dan nilai – nilai budaya yang melekat pada masyarakat Kota Takengon perlu dilestarikan keberadaannya serta dipahami secara turun – temurun oleh generasi penerus agar tidak luntur dan punah begitu saja.

Industri kopi di Kabupaten Aceh Tengah sangat bervariasi, dari industri olahan kopi rumah tangga hingga pabrik kopi. Di Kabupaten Aceh Tengah terdapat 40 pabrik kopi dengan jumlah pekerja tetap 377 jiwa, sedangkan pekerja tidak tetap bergantung pada banyak tidaknya produksi kopi. Berdasarkan jumlah pekerja tetapnya 13 unit usaha diantaranya tergolong industri rumah tangga, 26 unit usaha tergolong industri kecil dan 1 unit usaha merupakan industri besar. Pabrik – pabrik tersebut 12 kecamatan di Kabupaten Aceh Tengah.

Beberapa negara pengimpor kopi di dunia telah bekerjasama dengan Kabupaten Aceh Tengah, bahkan franchise seperti Starbucks juga telah menjalin kerjasama ini.

Dari sekian banyak permintaan yang ada, terkadang tidak seluruhnya dapat terpenuhi, hal ini disebabkan banyaknya permintaan tidak sebanding dengan produksi dan kualitas produk kopi yang ada (hasil wawancara dengan Bupati Kabupaten Aceh Tengah). Selama ini para petani kopi di Kabupaten Aceh Tengah selalu mengutamakan nilai rasa bukan produksi kopi, sehingga peningkatan produksi kopi sulit untuk dilakukan. Pemekaran lahan – lahan pertanian sedang digalakkan oleh pemerintah setempat agar sentra produksi kopi dapat ditingkatkan.

Peningkatan jumlah produksi kopi dilakukan bukan hanya untuk peningkatan eksportir namun demi peningkatan kehidupan yang layak bagi pelaku industri mulai dari petani kopi, pekerja, hingga pemilik usaha kopi, karena besarnya pendapatan mereka sangat ditentukan oleh pembentukan harga jual. Masalah yang sering terjadi adalah ketidakstabilan harga pasar dimana harga ini ditentukan oleh mutu kopi itu sendiri. Mutu kopi dipengaruhi oleh proses pengolahan kopi dari hulu oleh petani hingga hilir dalam proses pengolahan pabrik. Perbaikan mutu kopi tentu akan berpengaruh terhadap harga jual kopi tersebut, dimana harga jual ini akan menentukan ketersediaan modal yang berpengaruh pada ketersediaan bahan baku dan pekerja dalam keberlangsungan proses produksi kopi yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pendapatan pemilik usaha, pekerja dan petani sehingga akan menjadikan tolak ukur dalam eksistensi industri ini.

Selain jumlah produksi yang harus ditingkatkan, permasalahan yang terjadi adalah tidak tersedianya dryport sehingga tidak ada pengawasan khusus terhadap kopi yang

masuk dan keluar dari Kabupaten Aceh Tengah. Beberapa kasus yang telah ditemukan adalah adanya kopi yang bukan berasal dari Kabupaten Aceh Tengah dapat dipasarkan dengan menggunakan label Kopi Gayo. Sehingga merusak citra dan kepercayaan para konsumen Kopi Gayo baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Salah satu contohnya adalah adanya pencampuran Kopi Gayo dengan kopi dari daerah lain bukan hanya itu, beberapa kasus lain yang menjadi permasalahan adalah zat kimia yang sempat terkandung dalam Kopi Gayo, Kabupaten Aceh Tengah. Dalam kasus pelunturan citra Kopi Gayo tersebut, pihak pemerintah setempat sudah mulai bergerak mengatasinya dengan melakukan penyuluhan terhadap para petani kopi, dalam hal sistem tanam dan pemberian pupuk yang tepat, namun jika ditelaah dalam hal promosi, pemerintah setempat kurang melakukan promosi agar citra Kopi Gayo tidak buruk di mata publik jika dikaitkan dengan permasalahan pelunturan citra Kopi Gayo yang terjadi.

Terlepas dari permasalahan yang sedang terjadi terhadap Kopi Gayo, jika kita melihat kondisi alam yang menyatu dengan budaya yang berkembang di Kota Takengon, Aceh Tengah, masyarakat dengan kopi sudah seperti urat nadi, hal ini dapat terlihat dari tanaman kopi di Kabupaten Aceh Tengah tersebut di setiap kecamatan yang ada. Masyarakat Kabupaten Aceh Tengah mayoritas merupakan produsen kopi dan penimati kopi. Pemandangan tanaman kopi selalu terlihat jelas baik dipinggir – pinggir jalan maupun pada halaman rumah masyarakat yang ada di Kota Takengon, Kabupaten Aceh Tengah. Jenis kopi yang dibudidayakan oleh masyarakat Kota

Takengon, Aceh Tengah adalah jenis kopi arabika dan robusta, namun arabika lebih dominan dengan ciri utama antara lain aroma dan perisa yang kompleks dan kekentalan yang kuat. Jika dilihat dari segi infrastruktur, Kota Takengon, Aceh Tengah, sudah memiliki akses jalan yang cukup baik baik para wisatawan yang ingin berkunjung menikmati Kopi Gayo. Walaupun terkenal dengan kawasan perkebunan kopi, namun Kota Takengon ini memiliki banyak akses tempat menikmati kopi dengan gaya yang sudah modern namun tetap mencerminkan budaya leluhur yang kental bahwa Kota Takengon, Aceh Tengah adalah kota kopi. Beragam nuansa warung kopi yang tersedia di Kota Takengon, Aceh Tengah, diantaranya warung kopi dengan nuansa kebun kopi sehingga akan terasa menikmati kopi di ladang kopi, kemudian warung kopi dengan nuansa Danau Lut Tawar karena posisi nya yang terletak dipinggir Danau Lut Tawar, sehingga pengunjung akan mendapatkan sensasi menikmati kopi sambil memandang indahnya Danau Lut Tawar, dan banyak lagi nuansa modern dipadu dengan nilai budaya Gayo yang tersaji dalam setiap warung – warung kopi yang ada di Kota Takengon, Aceh Tengah. Disamping warung kopi, Kota Takengon, Aceh Tengah, juga memiliki mobil kopi yang saat ini sudah mencapai hampir seratus mobil kopi.

2. Karakteristik Kopi

Sesungguhnya cita rasa kopi lebih kompleks dan kaya, tidak sesederhana yang dianggap banyak kalangan. Rasa kopi umumnya ditentukan banyak hal mulai dari lokasi penanamannya, jenis atau varietasnya, pengolahan bijinya serta lingkungan

sekitarnya. Itu sebabnya, meski berjenis sama, Toraja dengan rasa Kopi Gayo misalnya memiliki aroma dan flavour yang berbeda.

Kopi sendiri memiliki jenis yang beragam yakni Robusta, Arabika, Excelsa hingga Liberica. Dari ragam tersebut, varetas terbesar yang ada di Indonesia adalah robusta dan arabika, sehingga digunakan di sebagian besar kedai kopi atau coffee shop. Tanaman kopi yang dibudidayakan di Takengon (Aceh Tengah) ada 2 (dua) jenis, yaitu :

1 Kopi Arabika

Kopi arabika hanya tumbuh dengan baik bila ditanam di dataran tinggi, antara 1.000 meter hingga 2.000 meter diatas permukaan laut. Para penikmat kopi paling suka dengan kopi arabika karena rasanya yang enak dan merupakan kopi tradisional. Biji kopi arabika memiliki ciri – ciri kandungan kafein yang lebih rendah, dibandingkan biji kopi jenis robusta ukuran bijinya lebih kecil, harganya juga lebih mahal karena rasa dan aroma yang lebih nikmat. Linnaeus mendeskripsikan kopi arabika pada tahun 1753. *typica* dan *bourbon* merupakan varietas terbaik yang dikenal dan dari jenis ini beraneka ragam strain telah dikembangkan.

2 Kopi Robusta

Kopi robusta memiliki bentuk yang seringkali lebih besar dan lebih bulat. Pada ketinggian dibawah 1.000 meter permukaan laut, kopi

robusta bisa ditanam. Tanaman kopi ini lebih tahan penyakit serta kuat. Ciri lain yang paling dominan adalah keasaman lebih rendah dan kafeinnya lebih tinggi, antara 1,7 hingga 4% sehingga lebih pahit. Rasa kopi varietas kopi ini nyaris sama sehingga harga kopi robusta lebih murah. Rasa yang muncul dari racikan kopi robusta cenderung memiliki aroma kacang – kacangan, cokelat, dan tanah . Kopi robusta yang enak sangat sulit dijumpai. Karena dapat ditanam dengan suhu rendah maka kopi robusta dapat dipanen dengan lebih cepat, yaitu sekitar tiga kali panen dalam satu tahun.

3. Makna Kopi Bagi Masyarakat Takengon

Kopi merupakan sumber penghidupan masyarakat Gayo dan tidak bisa dipisahkan dengan kebudayaan. Mulai dari petani hingga eksportingnya, buah ini memberikan berkah pada setiap lapisan masyarakat, dan bagi penikmat kopi, minuman hitam ini tidak hanya sekedar gemar ataupun suka menikmati aroma dan rasanya, dalam kehidupan sehari – hari terdapat filosofi tentang kopi yang berkaitan dan mengandung pembangkit semangat untuk menjalani kehidupan sehari – hari sebagai pesan kehidupan.

Seorang Bupati Kabupaten Aceh Tengah, dalam wawancara yang telah dilakukan, mengatakan, “saya mulai menyukai kopi sejak SMP, bukan dari lahir,

karena saya sadar artinya kopi bagi kehidupan masyarakat disini”. Kopi baginya banyak mengandung nilai dan makna yang erat dalam kehidupan sehari – hari terutama untuk masyarakat Gayo. Katanya kopi bukan hanya sekedar minuman namun juga dapat dijadikan sebagai obat jika tidak berlebihan. Kopi juga dapat mentralisir tekanan jantung. Namun teknik dalam menikmati kopi ini juga memiliki kekhususan yaitu dinikmati dengan tidak memakai gula. Kopi bagi beliau adalah keharusan dan wajib menikmati Kopi Gayo bukan kopi yang lain, bahkan saat berdinis keluar kota sekalipun, beliau tetap membawa Kopi Gayo. Baginya, jika tidak menikmati kopi, akan merasakan efek berupa sakit kepala hingga gelisah. Jika menikmati jenis kopi lain selain Kopi Gayo, beliau tetap merasakan sakit kepala, sehingga Kopi Gayo benar – benar melekat pada diri beliau.

Tidak jauh berbeda dengan Ikhsan, salah seorang produsen sekaligus pemilik usaha mobil kopi yang ada di Kota Takengon, Aceh Tengah, beliau mengaku “saya begitu membuka mata langsung kopi yang saya cari”. Dapat dilihat bahwa kopi memang sudah ada kopi di dalam dirinya. Sehingga diapun tertarik untuk mendalami dunia kopi bukan hanya sekedar menikmatinya. Baginya, kopi memiliki makna sebagai urat nadi bagi masyarakat Kota Takengon, baik secara ekonomi maupun kehidupan sehari – hari. Kopi Gayo juga memiliki arti penting dan keharusan bukan hanya sekedar minum dan menikmatinya bagi anak muda di Kota Takengon, Rifki Hasan Gayo, saat di temui dan berbicara langsung. Dalam hal ini peneliti menanyakan kuantitas Kiki dalam minum kopi dan bagaimana cara Kiki menikmati kopi, apakah bersama teman –

teman atau keluarga. Kiki menjawab “saya dalam sehari wajib menikmati kopi 3 (tiga) kali, terkadang bersama teman – teman, keluarga tidak pernah mengharuskan saya untuk minum kopi, tapi rasanya ada yang kurang kalau tidak minum kopi, biasanya juga minum kopi sama teman – teman sambil santai di warung kopi, berbincang – bincang mau sampai 4 (empat) jam lamanya”.

Seorang Kepala RRI Takengon, yang merupakan pendukung majunya kopi sebagai budaya masyarakat Gayo, merasakan bahwa minum kopi untuk melanjutkan hidup, katanya “bagi saya tidak minum kopi tidak akan hidup”. Sebegitu penting baginya kopi hingga disejajarkan sebagai makna hidup. Sadikin atau biasa dipanggil Bang Gembel, salah seorang budayawan dan pemilik usaha warung kopi dengan konsep ngopi di ladang kopi mengatakan bahwa kopi memiliki makna perekat. Sebuah quot yang menarik dari Teuku Umar yaitu “insyaallah, besok kita akan ketemu di warung kopi di Meulaboh sambil ngopi, jika tidak saya berarti sudah mati syahid”, hal menarik yang dapat diinterpretasikan, mengapa Teuku Umar tidak mengatakan warung teh atau yang lainnya. Hal ini dapat mengartikan kopi di Gayo adalah alat sosial, untuk dapat menyatukan komunikasi serta kopi adalah perekat. Jika kopi tidak ada maka tidak akan ada lagi perekat budaya di tanah Gayo. Sehingga kopi merupakan harta karun yang harus tetap dijaga. Selain itu kopi merupakan lambang nasionalisme, hal tersebut dapat terlihat dari kulitnya yang berwarna merah dan bijinya yang berwarna putih sesuai dengan warna bendera kita merah putih. Bang Gembel bersama dengan beberapa

kalangan pejabat di Aceh mengadakan gerakan kopi dan nasionalisme. Perekat nasionalisme dapat terjalin dengan adanya kopi.

Makna kopi yang terbangun dalam kalangan masyarakat Kota Takengon, Aceh tengah, memberikan keterikatan yang menyatu dalam kehidupan sehari – hari baik dalam segi komunikasi dan mata pencaharian. Minum kopi dalam keseharian masyarakat sedikitnya berkisar 3 (tiga) hingga 4 (empat) kali dalam sehari. Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Dalam proses pemaknaan kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah, kopi bukan lagi sekedar minuman, namun keharusan yang harus selalu ada dimanapun mereka berada. Keseharian bersama dengan kopi dalam segala suasana dan kondisi, memberikan efek khusus bagi tubuh jika tidak mengkonsumsi Kopi Gayo khususnya. Hal ini tentunya tidak terjadi secara instan namun berjalan secara perlahan dan berkala seiring dengan berkembangnya waktu dan jaman. Dari segala sudut fungsi kehidupan, kopi dianggap sesuatu yang memiliki nilai dan arti khusus. Beragam kegiatan dan proses berjalannya kehidupan tidak terlepas dari kopi. Ekonomi, budaya, komunikasi, terlibat dalam adanya kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah.

4. Kebiasaan dan Adat Istiadat Minum Kopi Bagi Masyarakat

Dalam proses sosial yang terjalin secara turun temurun oleh suatu kalangan masyarakat disebut budaya atau adat istiadat. Dalam pola adat istiadat biasanya diajarkan oleh para leluhur dengan tata kelakuan yang tumbuh atau sistem norma, berkembang, dan dijunjung tinggi oleh suatu masyarakat secara turun – temurun. terdapat beberapa kekuatan dalam konstruksi sosial, pertama, budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu, dimana peran sentral bahasa yang diberikan menjadi mekanisme konkret. Kedua, konstruksi sosial satu budaya tunggal dapat mewakili kompleksitas, dalam hal keseragaman bukanlah hal yang dikonsumsi. Ketiga, hal ini dari waktu ke waktu bersifat konsisten dalam masyarakat. Konsistensi budaya yang ada di Kota Takengon, Aceh Tengah, mengakar dan berkembang dari waktu ke waktu. Dalam kekerabatan pola yang terbentuk dari mulai adanya kopi ketika dibawa oleh kolonial Belanda, kemudian menjadi kebutuhan pokok Masyarakat baik dari segi konsumsi maupun ekonomi, kopi tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat.

Sadikin atau bang Gembel, mengatakan “melalui kopi kita tumbuh, melalui kopi kita berkembang, artinya semua hal basisnya kopi”. Menurut bang Gembel dalam status masuknya kopi ke Tanoh Gayo, ada beberapa varietas Kopi Gayo, Gayo 1 (satu) yaitu hibrida catimor merupakan hasil perkawinan dari hibrida dan the timor, yang berasal dari timor leste lalu dikembangkan dan disertifikasi di Tanoh Gayo sehingga karakternya berubah bahkan bertambah sesuai dengan jenis tanah yang ada di Tanoh Gayo. Kemudian Gayo 2 (dua) berasal dari borbone. Dalam konsep budaya ngopi di

tano Gayo dan berkembang dalam kehidupan masyarakat, menurut bang Gembel, anak muda mengikuti adanya budaya ngopi berawal dari ikut – ikutan, demi mencari popularitas, kemudian identitas dan tahap akhir sebagai mata pencaharian. Hal yang sama juga disampaikan oleh Ikhsan Gayo wan dan Bupati Aceh Tengah, Shabela Abubakar, yang merasa menyatu dengan kebiasaan menikmati kopi sesuai dengan budaya minum kopi yang berkembang dalam parade masyarakat di Tanoh Gayo bukan karena diperkenalkan oleh keluarga namun terlebih karena di lingkungan sekitar adalah ladang kopi dan warung kopi. Pemaksanaan terhadap perilaku budaya tidak diterapkan pada pola kehidupan masyarakat di Tanoh Gayo. Walaupun siapaun tahu bahwa kopi merupakan urat nadi Kota Takengon, Aceh Tengah, namun bagi mereka budaya minum kopi bukan sesuatu yang harus dipaksakan. Para leluhur melakukan pembiaran terhadap penerus mereka ketika berbicara soal kopi. Namun mereka tetap yakin bahwa kopi memang sudah melekat dan mengakar di Tanoh Gayo sehingga walaupun mereka tidak memaksakan untuk minum kopi kepada anak – anak muda tetapi pada akhirnya anak muda dengan sendirinya tetap melestarikan budaya minum kopi yang berkembang di Tanoh Gayo Kota Takengon Aceh Tengah.

Dalam kaitannya dengan teori interaksi simbolik (*Symbolik Interactionism*) membentuk struktur masyarakat melalui percakapan dan makna, merupakan cara – cara yang digunakan manusia. Dalam situasi yang dapat ditemukan pada budaya minum kopi yang ada di Kota Takengon, Aceh Tengah, setiap kegiatan perkumpulan, apakah perkumpulan temu pengantin ataupun hanya perkumpulan dalam pembahasan kecil

soal bisnis bahkan kekerabatan sekalipun, kopi menjadi menu utama yang disugukan. Bukan hanya kepada sesama pemilik budaya di Tanoh Gayo, kepada setiap pendatang sekalipun mereka selalu menyugukan kopi sebagai hidangan yang menjadi kebanggaan dan kebesaran masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah.

Bang Gembel menjelaskan, secara mindset, setiap pendatang sudah memahami bahwa Kota Takengon, merupakan surganya kopi, para pendatang yang berkunjung kewarung kopi nya, selalu mengatakan bahwa “saya ingin kopi yang paling enak”, anggapan bahwa di Kota Tekngon harus dapat menikmati kopi yang paling enak selalu tergambar dari cara para pendatang ketika memesan minuman kopi. Budaya yang berkembang tentang tata cara minum kopi di Tanoh Gayo, mengasumsi siapapun yang datang ke Tanoh Gayo, akan menikmati kopi yang paling enak. Pernyataan ini juga dibenarkan oleh Toni selaku anak muda di Tanoh Gayo, tidak akan ada cerita jika tidak ada kopi. Kopi menjadi awal sebuah komunikasi. Tanpa adanya kopi, maka pembicaraan tidak akan dimulai. Sebegitu erat kaitannya kopi dengan budaya yang berkembang di Tanoh Gayo. Sehingga nuansa budaya ini juga terbawa kepada siapa yang datang ke Tanoh Gayo.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bupati Aceh Tengah, mengatakan “budaya minum kopi yang ada di Kota Takengon ini, tidak akan luntur walau bagaimanapun perkembangan zaman, sepanjang iklim yang ada di Kota Takengon masih cocok untuk menanam kopi, maka budaya minum kopi dan kopi sendiri tetap menjadi urat nadi masyarakat di Tanoh Gayo”. Seiring sejalan dengan

hasil wawancara yang diperoleh dari kiki, baginya menikmati kopi, bagaimana pun kondisinya adalah keharusan. Seorang anak muda yang baru menyelesaikan pendidikannya di bangku SMA, sangat paham dengan varietas kopi dan cara penanaman kopi yang lebih baik agar mendapatkan hasil yang baik pula. Ilmu inipun dia dapatkan dengan budaya yang biasa mereka lakukan dalam hal penanaman kopi, pembuatan kopi hingga tata cara menikmati kopi. Baginya banyak nilai – nilai yang dapat dia ambil dari menikmati kopi, sehingga kopi harus dia konsumsi setiap harinya, sedikitnya 3 (tiga) kali dalam sehari. Bagitupun Pak Mukhsin, seorang Kepala RRI Takengon, walaupun beliau adalah pendatang, namun budaya kopi yang melekat dalam kehidupan sehari – hari masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah.

Menurut Koentjaraningrat, budaya adalah semua sistem gagasan, ide, tindakan , rasa, serta karya yang dihasilkan oleh manusia dalam kehidupan bermasyarakat yang nantinya dengan cara belajar akan dijadikan klaim manusia. Dalam proses budaya minum kopi yang masuk dan kemudian berkembang dalam kehidupan masyarakat di Tanah Gayo juga tidak sertamerta hadir dengan sendirinya, namun proses yang panjang tentunya dilalui dengan tidak mudah. Berdasarkan pernyataan bang Gembel, pada masa kolonial, ditanam beberapa varietas kopi, yaitu robusta dan arabika. Para buruh selalu diberikan konsumsi kopi robusta karena dengan kadar dan asam yang tinggi dapat meningkatkan produktifitas dalam bekerja siang dan malam sementara kopi arabika dikonsumsi oleh para kolonial dan dikirim ke berbagai negara. Hingga saat ini varietas kopi yang tersedia di Tanah Gayo memiliki ratusan jenis, hal ini disampaikan oleh

syahrul seorang duta kopi Kota Takengon, Aceh Tengah saat diwawancarai. Bupati Kota Takengon juga membenarkan hal ini, bahwa varietas di Tanoh Gayo berbeda dan tidak akan dapat disamakan dengan varietas yang ada di beberapa kota lainnya di Indonesia, sebut saja Jawa ataupun Toraja. Ikhsan yang juga memiliki pengetahuan yang luas tentang kopi, juga mengatakan bahwa Kopi Gayo dapat diolah selayaknya Kopi Jawa, namun kopi Jawa tidak dapat diolah seperti Kopi Gayo. Di Tanoh Gayo, tanaman kopi dapat disandingkan dengan pohon jeruk dll. Sehingga hasil yang diperoleh dapat memiliki aroma jeruk. Struktur tanah yang berada pada dataran tinggi ditambah lagi dengan iklim yang relatif dingin, dengan curah hujan lebih tinggi dari pada kemarau, menyebabkan berbagai tanaman dapat tumbuh dengan subur di Tanoh Gayo.



Gambar 4.1 Kafe Tujuh Semeja
(Peneliti, 2021)

Sebuah kafe di Kota Takengon, Aceh Tengah, yang saat ini sedang viral di sosial media yaitu Tujuh Semeja. Konsep kafe yang lebih natural dengan suguhan pemandangan Danau Lut Tawar ini sangat digemari oleh anak muda baik pendatang maupun masyarakat lokal Kota Takengon. Hal menarik dari kafe ini adalah, arti dari nama kafe Tujuh Semeja yaitu ide membangun sebuah kafe terbentuk ketika tujuh anak muda duduk dalam semeja sambil menikmati kopi, berdiskusi kemudian membentuk sebuah kesepakatan untuk membangun sebuah kafe kopi dengan konsep yang unik yaitu memadukan kopi dengan berbagai varian rasa buah – buahan. Tentunya hal ini tidak akan dapat ditemukan di daerah lain selain Kota Takengon. Berbagai macam cita rasa kopi dapat dinikmati di kafe ini, diantara kopi apel, mangga, anggur, lemon, jeruk dll. Varietas tersebut bukan lahir begitu saja. Tentunya melalui proses belajar yang panjang dan tidak mudah. Kreatifitas anak muda ini, lahir dari rasa sadar dengan adanya budaya kopi di tanah kelahiran mereka. Tanaman kopi yang ditanam berdampingan dengan tanaman buah – buahan, menjadikan Kopi Gayo memiliki nilai rasa berbeda dari kopi lainnya. Ini juga yang menjadi lahirnya ide untuk membuat kreatifitas rasa buah dalam secangkir kopi. Budaya yang harus dikembangkan seiring dengan perkembangan zaman. Permintaan akan sesuatu yang baru tidak mengubur budaya tersebut ataupun menggeser nilai – nilai dasar dari budaya yang ada di Tanah Gayo ini. Pemanfaatan Danau Lut Tawar, dan cuaca yang dingin, membuat siapapun yang berkunjung ke Tanah Gayo khususnya kafe kopi seperti Tujuh Semeja ini, tidak akan membuang kesempatan dengan menikmati kopi yang sudah di kombinasi dengan

berbagai rasa yang memanjakan lidah. Sadar akan kekayaan alam, serta sadar akan budaya yang tetap harus dijaga, menjadikan generasi penerus di Tanoh Gayo, menjadi generasi yang kreatif serta tetap menjaga nilai budaya. Dikaitkan dengan nilai budaya, dari kisah terbentuknya konsep Tujuh Semeja, budaya berbincang sambil menikmati kopi, membahas suatu kegiatan bisnis, ternyata terus dilakukan dan bahkan secara sadar, keputusan dapat diambil melalui kopi di atas meja. Hal ini benar terjadi di Tanoh Gayo.

5. Masyarakat Takengon Sebagai Produsen dan Peminum Kopi

Dataran tinggi adalah wilayah yang paling cocok untuk jenis kopi arabika, Bang Gembel mengatakan di Tanoh Gayo, mantra kopi sebagai bagian dari proses penanaman kopi. Masyarakat Gayo adalah petani yang religius, mereka memahami keterbatasan. Mereka melakukan dialog dengan penciptanya saat menanam kopi. Dalam dialog tersebut para petani kopi meminta tolong kepada penciptanya untuk menguatkan akarnya, suburkan kopinya, kuatkan batangnya, rimbunkan daunnya, jauhkan dari penyakit. Ini merupakan hal yang bijaksana dari petani kopi melihat di era dahulu belum ada zat kimia untuk menyuburkan tanaman kopi.

Kopi menjadi urat nadi perekonomian masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah. Setiap rumah pasti memiliki pohon kopi di rumahnya, begitulah kata Ikhsan saat diwawancarai. Walaupun sang pemilik rumah tidak peminum kopi namun sebuah

keharusan dan penghormatan terhadap budaya masyarakat jika memiliki pohon kopi. Dalam setiap proses pengolahan kopi, semua ada SOP nya, sehingga mindset yang mengatakan kopi dapat menyebabkan darah tinggi atau berbagai penyakit lainnya tidak akan terjadi pada diri pengonsumsi kopi jika SPO nya tepat.

Bang Gembel mengatakan “Dengan kondisi iklim yang semakin ekstrem, seharusnya pemerintah dapat memilih varietas kopi yang dapat tahan dengan segala macam iklim, sehingga cita rasa Kopi Gayo dapat terus terjaga”. Disamping itu kasus beberapa waktu belakangan ini yang beredar terkait dengan Kopi Gayo mengandung zat kimia, yang tentunya hangat dikabarkan di media – media, sehingga berimbas pada pelunturan citra Kopi Gayo di pasaran, akan menjadi cambukan bagi pemerintah bahwa harus ada keseriusan untuk mengembalikan citra nama baik Kopi Gayo.

Bupati Aceh Tenga, Shabel Abubakar mengatakan, pihaknya telah melakukan penyuluhan kepada para petani kopi, agar zat kimia yang terkandung pada kopi dapat dinetralsir dengan teknik penanaman yang diperbaharui. Bahkan beliau juga mengatakan bahwa selama ini citra Kopi Gayo yang memanjakan lidah para konsumennya dapat kembali membaik dengan teknik yang telah digalakkan oleh pemerintah. Menurutnya citra Kopi Gayo sebagai kopi no 1 didunia tidak akan rusak karena permasalahan zat kimia yang terkandung dalam Kopi Gayo. Hal ini juga tidak akan membuat harga Kopi Gayo jatuh dipasaran. Standart kualitas Kopi Gayo cukup baik di dunia sehingga harga Kopi Gayo relatif stabil. Pemerintahannya saat ini sedang melakukan pengembangan lahan pertanian, sehingga pengiriman ekspor Kopi Gayo

dapat lebih banyak lagi. Selama ini karena konsep kpi Gayo untuk memanjakan lidah para konsumennya sehingga produksi Kopi Gayo tidak dapat ditingkatkan, bahkan terkadang produksinya kurang banyak. Hal inilah yang perlu diatasi oleh pemerintah agar dapat mensejahterakan masyarakat khususnya petani di Tanah Gayo. Tentunya hal ini sangatlah penting, menurut Ikhsan, citra bahwa masyarakat Kota Takengon adalah produsen sekaligus peminum kopi adalah benar. Hal ini dapat terlihat dari menjamurnya kafe – kafe kopi di Takengon, Aceh Tengah. Berbagai macam konsep yang ditawarkan dan tentunya cita rasa kopi yang disajikan juga kreatif dan menarik.

Mukhsin Zein, Seorang kepala RRI Takengon mengatakan, setiap hari beliau lebih banyak mengonsumsi kopi dari pada air putih. Bangun pagi yang beliau konsumsi pertama kali adalah kopi, jika tidak minum kopi maka belum hidup. Sebelum berdomisili di Kota Takengon beliau sudah mengonsumsi kopi, namun setelah pindah ke Takengon, baginya keharusan menikmati Kopi Gayo adalah hal yang wajib. Kemanapun beliau pergi, Kopi Gayo selalu dibawanya. Beliau mengatakan bahwa dalam Kopi Gayo seperti ada candu, sehingga para penikmatnya akan ketagihan. Sama halnya dengan bang Gembel, bahwa dalam kandungan kopi terdapat zat adiktif seperti narkoba dalam skala kecil, sehingga rasa kecanduan dapat dirasakan oleh peminum kopi. Pengaruh pola peminum kopi di Kota Takengon ini juga dirasakan oleh Toni, mahasiswa yang tumbuh dan besar di Kota Takengon, dengan kopi disekeliling lingkungan tempat tinggalnya, tentunya kopi bukan hal yang baru. Toni juga seorang peminum kopi dengan intensitas 3 hingga 4 gelas dalam sehari. Baginya jika tidak

mengonsumsi kopi maka akan terasa ada yang kurang dalam dirinya. Mayoritas masyarakat peminum kopi akan merasakan hal yang sama jika terbiasa meminum kopi lalu tidak meminum kopi, kiki dan Agus mengatakan hal yang sama ketika di wawancara. Baginya jika tidak minum kopi akan ada sesuatu yang kurang, dan ada kondisi yang kurang nyaman pada tubuh yang mereka rasakan.

Quote yang disampaikan oleh Bang Gembel dikutip dari pernyataan Teuku Umar, bahwa kopi merupakan perekat komunikasi di Gayo, kemudian diperkuat oleh narasumber yang telah diwawancarai dalam penelitian ini, meyakinkan bahwa masyarakat Gayo adalah benar produsen dan peminum kopi. Sebuah fenomena dimana bukan hanya kondisi alam yang mendukung perkembangan kopi di Tanoh Gayo, namun budaya dan konsumtif masyarakat juga erat kaitannya dengan kopi.

6. Fenomena Warung Kopi dan Mobil Kopi

Warung kopi ada dan berkembang di Kota Takengon, Aceh Tengah, mulai berkembang menjadi sebuah bisnis yang bukan saja mendatangkan mata pencaharian namun dapat menjadi tujuan objek wisata para wisatawan lokal maupun nasional. Warung kopi yang terbentuk dengan berbagai konsep, menawarkan nuansa kebun kopi hingga Danau Lut Tawar menjadi incaran para anak muda pecinta kopi. Kopi yang dianggap sebagai kebutuhan konsumtif bagi masyarakat Kota Takengon, kini dapat dinikmati dengan lebih kreatif oleh karya – karya anak – anak muda Tanoh Gayo. Sebut saja seladang, sebuah warung kopi dengan memadukan antara ladang kopi dan kopi,

sehingga pengunjung bisa menikmati kopi di ladang kopi. Bang Gembel adalah pemilik warung kopi ini. Ketika di wawawncarai, beliau mengatakan bahwa konsep minum kopi di ladang kopi tidak lah muncul begitu saja. Dirinya dan istrinya, selama 3 (tiga) tahun berdebat tentang konsep warung kopi yang akan mereka dirikan. Filosofi yang ingin bang Gembel tawarkan dalam warung kopinya adalah, bagaimana pengunjung dapat merasakan secara utuh minum kopi dari tempat kopi itu berasal. Melihat bagaimana kopi itu tumbuh dan berkembang hingga dapat dinikmati. Warung kopi seladang ini sudah pernah masuk dalam sebuah film dokumenter yang dibintangi oleh Rio Dewanto, dengan judul *Philosophy Kopi*. Pesohor negeri ini begitu excited terhadap bagaimana budaya yang muncul dalam sebuah warung kopi di Tanoh Gayo.

Warung kopi yang berkembang di Kota Takengon ini, memiliki gaya yang modern. Bupati Aceh Tengah mengatakan, anak muda Kota Takengon sangat kreatif dan maju. Selain pengetahuan mereka yang begitu luas tentang kopi, mereka juga memiliki pemikiran yang maju, sehingga budaya minum kopi yang dikembangkan dalam bentuk sebuah warung kopi, sehingga para pengunjung dapat menikmati kopi dengan beragam nuansa, menjadikan warung kopi bukan saja sebagai wadah untuk meminum kopi tetapi juga sebagai wadah pariwisata. Beliau meyakini, sejak adanya warung kopi, kebanyakan masyarakat juga enggan meminum kopi di rumah. Mereka lebih senang minum kopi di warung kopi. Terlebih ada teman ataupun rekan bisnis yang diajak ngobrol untuk membahas hal – hal yang penting ataupun sekedar silaturahmi. Ketika menerima tamu agar terasa santai, warung kopi juga dijadikan

sebagai pilihan pertama. Bapak Shabela sendiri, dalam kesehariannya selalu menyempatkan diri untuk duduk di warung kopi. Ada sesuatu yang dapat dirasakannya, tetapi tidak bisa dia dapatkan ketika di rumah. Kiki, Toni dan Agus, yang merupakan anak muda di Kota Takengon, saat diwawancarai juga mengatakan hal yang sama. Bagi mereka setiap hari paling sedikit mereka menghabiskan waktu hingga 4 (empat) jam di warung kopi. Sejak mereka mengenal kopi, duduk di rumah bersama dengan keluarga sambil menikmati kopi adalah pemandangan yang jarang mereka lakukan. Pergeseran menikmati kopi di rumah kemudian di warung kopi memang diyakini sudah ada sejak warung kopi berkembang di Tanah Gayo. Tetapi Bang Gembel mengatakan hijrahnya masyarakat Gayo dari menikmati kopi di rumah lalu ke warung kopi ada sejak warung kopi itu ada walaupun belum berkembang. Kembali dapat kita sebutkan quote dari Teuku Umar. Pada zaman itu, warung kopi belum berkembang namun sudah ada. Masyarakat sudah memahami dan sudah merasakan bahwa warung kopi sambil menikmati kopi dapat memberikan suatu kemudahan dalam berkomunikasi, dan kemudahan dalam menentukan keputusan. Jika warung kopi tidaklah dianggap penting, mengapa ketika itu Teuku Umar tidak menyebutkan warung nasi, sambil menikmati teh. Bang Gembel menegaskan bahwa, kopi merupakan senjata untuk penentuan sebuah keputusan, dan warung kopi adalah wadahnya.

Selain warung kopi, di Kota Takengon, Aceh Tengah, terdapat mobil kopi yang saat ini jumlahnya sudah mulai menjamur. Iksan salah seorang pemilik mobil kopi dan merupakan sekretaris dalam komunitas mobil kopi, mengatakan bahwa adanya mobil

kopi di Kota Takengon, disinyalir untuk pemenuhan masyarakat yang ingin menikmati kopi tetapi tidak memiliki waktu yang cukup jika harus duduk di warung kopi. Mobil kopi terdapat pada beberapa daerah perkantoran, dan pada jalan – jalan kota untuk memudahkan masyarakat menikmati kopi. Kemasan kopi yang ditawarkan adalah dengan cup, berbeda dengan warung kopi yang memakai gelas. Hal ini agar memudahkan para pembeli untuk membawa pulang kopi tersebut atau menikmatinya sambil berjalan. Para konsumen mobil kopi ini juga variatif, ada yang pendatang, masyarakat yang sedang bekerja di area tersebut, mahasiswa dan bahkan para pesepeda. Ikhsan sendiri menggeluti dunia bisnis mobil kopi ini sudah sejak tahun 20015. Baginya mobil kopi ini bukanlah sesuatu hal yang dapat menggeser hadirnya warung kopi di Kota Takengon. Dengan adanya mobil kopi, akan memudahkan masyarakat untuk menikmati kopi dimana saja. Para pelaku mobil kopi ini juga adalah anak – nak muda Kota Takengon. Menurut Ikhsan, hal ini adalah kemajuan, bahwa anak – anak muda Kota Takengon tidak tinggal diam, hanya menjadi pelaku dan penikmat budaya, tetapi mereka dapat mengembangkan budaya. Walaupun mobil kopi ini terkesan modern dan identik dengan individualis, karen untuk duduk berlama – lama mebahas hal – hal yang penting tidaklah menarik jika dilakukan di mobil kopi, tetapi mobil kopi hadir hanya untuk memuaskan rasa konsumtif masyarakat terhadap kopi. Artinya, kopi tidaklah sulit untuk dinikmati, tinggal bagaimana masyarakat menyesuaikan dengan kondisi yang dihadapinya.



Gambar 4.2 Mobil Kopi Ikhsan Gayo Wan

(Peneliti, 2021)

Mobil kopi diatas adalah mobil kopi milik Ikhsan Gayo Wan yang merupakan informan dalam penelitian ini. Kalau dipagi hari hingga sore hari, mobil kopi ini terletak di pinggir Danau Lut Tawar. Pembeli yang datang biasanya mereka yang lalu lalang mengitari jalan di pinggir Danau Lut Tawar. Kalau malam hari bang Ikhsan biasanya memarkirkan mobilnya sambil berjualan di Kota Takengon, Aceh Tengah. Mobil kopi ini terlihat praktis dan ekonomis untuk dijadikan bisnis minuman. Karena dapat dengan mudak berpindah tempat. Juga sangatlah efisien dan efektif karena dapat disesuaikan dengan kondisi saat ingin berjualan minuman kopi.

Shabela Abubakar, mengatakan bahwa mobil kopi ini sering dia temui ketika adanya kegiatan – kegiatan festival. Pola nya yang berpindah – pindah tempat, tidak akan melahirkan para pelanggan tetap, namun mindset yang terbangun dari mobil kopi adalah, kemudahan dalam menikmati kopi. Kopi dapat dinikmati kapanpun yang diinginkan bahkan dimanapun berada serta dalam kondisi apa saja. Pak Shabela sendiri sangat mendukung perkembangan mobil kopi ini, sebut saja ketika mengadakan acara atau kegiatan kedaerahan, mereka tidak perlu pusing memikirkan tempat mendirikan warung kopi, namun cukup dengan mobil kopi, pemenuhan untuk konsumsi kopi dapat terlaksana.

Rifki Hasan Gayo atau Kiki, juga mengatakan bahwa dirinya, menikmati kopi di mobil kopi karena mengingat kondisinya waktu yang terbatas namun tetap ingin menikmati kopi. Sehingga mobil bisa menjadi alternatif. Bagi Toni, kopi adalah kebutuhan utama dirinya untuk dikonsumsi di waktu kapan saja, sehingga mobil kopi menjadi pilihan yang tepat. Mobil kopi juga memiliki varian rasa kopi yang tidak berbeda dari warung kopi. Menikmati kopi didalam cup memang tidak se enak menikmati kopi didalam gelas karena gaya minum kopi yang sering mereka lakukan adalah diseruput, tentunya dengan menggunakan cup akan sulit melakukan itu. Tetapi kopi tetaplah harus dikonsumsi. Sesuai dengan kondisi waktu yang dimilikinya, mobil kopi menjadi pilihan yang tepat.

Kepala RRI Takengon, Mukhsin Zein mengatakan, minum kopi adalah hal yang wajib dilakukan di Tanoh Gayo, siapapun kalangan masyarakatnya, baik mudan

maupun tua. Baginya, mobil kopi tidak akan menggser keberadaan warung kopi. Seberapa banyak warung kopi, dan seberapa banyak mobil kopi, tidak akan sepi dengan para peminum kopi. Masyarakat hanya perlu menyesuaikan waktu dan kondisi yang dia miliki untuk menikmati kopi. Jika ingin santai minumlah kopi di warung kopi, namun jika ingin buru – buru maka silahkan menikmati kopi di mobil kopi.

Ikhsan mengatakan, mobil kopi juga menjadi wadah bagi pariwisata di Kota Takengon. Dengan mobil kopi, Kopi Gayo dapat di bawa kemana saja tentunya di promosikan ke berbagai daerah hingga diluar Aceh. Ikhsan sendiri sudah pernah membawa mobil kopinya hingga ke Tanah Jawa. Membawa mobil kopi sama saja dengan memperkenalkan Kopi Gayo ke berbagai belahan nusantara ini. Dengan mobil kopi, promosi budaya minum kopi dapat dikembangkan. Ikhsan mengaku, dirinya melakukan perjalanan secara perlahan dari mulai Kota Takengon hingga ke Jawa. Diberbagai tempat dirinya berhenti untuk menjual kopi sambil mengedukasi para peminum kopi bagaimana menikmati kopi sehat. Kopi Gayo yang diyakininya memiliki zat yang menyehatkan bagi tubuh, bukan seperti hal yang selama ini diketahui oleh masyarakat bahwa minum kopi akan mengganggu kesehatan seperti jantung, insomnia, darah tinggi dan lain sebagainya. Kopi jika dinikmati dengan tepat kemudian kopi yang dinikmati juga melalui proses yang tepat akan menjadi obat. Ikhsan sendiri sangat mengetahui proses pengolahan Kopi Gayo yang dibawanya. Bupati Aceh Tengah mengatakan, “Tidaklah benar jika adanya mobil kopi akan menggeser pola perilaku masyarakat untuk menikmati kopi sambil bercerita. Gaya modernis mobil kopi

hanya terdapat kepraktisan untuk menikmati kopi, bukan untuk melunturkan keinginan masyarakat berkomunikasi satu dengan yang lain”.

4.2 Pembahasan

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus – menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Munculnya warung kopi hingga kini mobil kopi turut serta dalam meraimaikan dunia usaha di Kota Takengon, merupakan fenomena yng tidak serta merta mucul begitu saja. Warung kopi sebagai konsep yang lahir sebagai awal dari wadar untuk dapat duduk dan bersantai bersama teman, sahabat, rekan bisnis dll, menjadikan warung kopi sebagai wadah komunikasi. Bang Gembel mengatakan, “warung kopi yang begitu eksis ditengah masyarakat bukan lah serta merta warung kopi yang seperti sekarang, keliatan elit dan nyaman, dahulu warung kopi hanya sebagai wadah untuk berkumpul, sehingga masa perjuangan, Teuku Umar memilih warung kopi sebagai tempat berkumpul bukan warung teh, atau warung nasi”. Fenomena keberadaan warung kpi bukanlah tempat untuk minum kopi seperti secara kasat mata dapat terlihat, lebih dari pada itu, di masa perjuanagan Bang Gembel menjelaskan, warung kopi dapat dijadikan wadah komunikasi, “diwarung kopi keputusan dapat diambil, diwarung kopi komunikasi dapat berlangsung, bahkan di warung kopi dapat terbangun suatu gagasan baru” kata Bang Gembel.

Hal lain yang dapat kita jadikan contoh adalah sebuah warung kopi yang saat ini juga sedang viral di sosial media, Tujuh Semeja. Sebuah konsep warung kopi menarik yang terbentuk dari hasil kumpul bersama saudara, teman, kerabat dll dalam sebuah meja. Pesan – pesan komunikasi yang melahirkan sebuah budaya minum kopi di warung kopi, bermula dari mulut ke mulut, dalam intensitas kecil. Dalam pertemuan – pertemuan kecil lalu berubah menjadi sebuah pertemuan besar untuk melahirkan keputusan besar. Dalam sebuah percakapan yang sering terjadi pada budaya masyarakat Kota Takengon, seperti halnya bertemu dengan teman, ajakan untuk duduk dan bersantai di warung kopi selalu menjadi pilihan pertama. Bupati Aceh Tengah, Bapak Shabela Abubakar mengatakan, “saya kalau bertemu dengan teman, atau rekan bisnis, bahkan tamu dari luar kota maupun dari dalam Kota Takengon, pasti saya ajak ke warung kopi, kecuali situasi yang benar – benar saya tidak bisa keluar kantor, baru saya paksakan di kantor saja”. Dapat diartikan bahwa, beliau sering sekali membahas sesuatu atau sekedar menyambung silaturahmi dengan tamu dll di warung kopi.

Minum kopi bukanlah budaya baru yang menjadi gaya hidup baru di tengah masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah. Budaya minum kopi sudah terbagun sejak masa kolonial Belanda dahulu. Dalam perilaku budaya yang ditunjukkan oleh masyarakat Kota Takengon, dengan selalu minum kopi dalam kehidupan sehari – hari. Mereka menikmati kopi hingga 3 (tiga) gelas setiap hari, bahkan memulai kegiatan dengan kopi adalah sebuah keharusan. Masyarakat ingin menyampaikan makna dan alasan tertentu dengan menunjukkan perilaku – perilaku minum kopi. Peminum kopi

melakukan aktivitas minum kopi dan telah dibedakan menjadi dua alasan yaitu rasa gejala sakit kepala atau gejala reaksi lainnya pada tubuh jika tidak minum kopi. Kemudian selain hal – hal yang tersebut diatas ada motif untuk antara lain penghilang rasa penat ataupun jenuh, selalu ingin berdiskusi dan kumpul bersama atau tukar pendapat, menikmati rasa minum kopi yang khas dan unik serta aromanya yang menenangkan.

Merubah suasana hati dan juga kopi ibarat teman yang setia menemani penikmat kopi atau juga dapat merubah *mood* merupakan makna perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi. Keinginan diri pribadi peminum kopi melalui minum kopi dalam hal ini dapat terpenuhi. Kepuasan hati diri sendiri lebih diutamakan bagi peminum kopi. Selain itu kopi dapat menenangkan pikiran, menambah kenalan dan cuci mata, kemudian kopi dapat menumbuhkan rasa kekerabatan dan kebersamaan antar keluarga, teman, ataupun rekan kerja, dengan kopi bisa berapresiasi dan kopi memberikan inspirasi, serta mengonsumsi kopi dapat menunjukkan status sosial, hal ini merupakan makna lain yang ingin dicapai para peminum kopi.

Bertambahnya kesamaan di semua tempat menjadi dampak perkembangan globalisasi yang dihasilkan dalam dunia persaingan bisnis seperti warung kopi, sama halnya seperti yang disampaikan oleh Ikhsan bahwa keinginan untuk menciptakan hal yang baru dengan memunculkan mindset bahwa minum kopi dapat dilakukan dimanapun. Pola pikir kopi harus ada dalam setiap kegiatan sehari – hari, membuka

mata harus ada kopi, memulai kegiatan harus ada kopi, bahkan memulai sebuah percakapan juga memerlukan kopi.

Shabela Abubakar, mengatakan hal yang sama bahwa kopi dapat menjadi obat jika dikonsumsi dengan tepat. Hal ini tidaklah diketahui oleh kalangan masyarakat luas. Edukasi bagaimana minum kopi yang tepat sesuai dengan anjuran kesehatan.

Dalam proses konstruksi sosial pada budaya minum kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah, terdapat 3 (tiga) proses dialektika simultan yang berlangsung, yaitu:

1. Eksternalisasi, yaitu kopi menjadi sebuah budaya yang berkembang dan mengakar ditengah masyarakat. Masyarakat mengenal kopi bukan karena paksaan budaya dari leluhur. Pemandangan adanya tanaman kopi dimana – mana menjadikan kopi sebagai minuman yang familiar. Hal ini menjadi faktor membudidanya minum kopi di Tanoh Gayo. Hasrat untuk memenuhi kepuasan diri terhadap kopi, menjadikan kopi sebagai minuman yang wajib dinikmati hingga 3 (tiga) kali dalam sehari.
2. Objektivasi, yaitu banyak hal yang lahir dari adanya makna minum kopi. Berbagai makna diantara meningkatkan percaya diri menjadikan kopi sebagai wadah seseorang memulai komunikasi. Mengajak teman untuk menjalin kekerabatan yang lebih erat, tanpa disadari menjadi hal yang kerap dilakukan masyarakat Tanoh Gayo. Bagi mereka mengajak seseorang minum

kopi bersama adalah mengajak untuk makin dekat dalam berbagai pembahasan komunikasi.

3. Internalisasi, seperti yang disampaikan oleh bang gembeng “anak muda sadar akan budaya bermula dari ikut – ikutan, lalu mencari popularitas kemudian menjadi mata pencaharian”. Menjadikan kopi sebagai mata pencaharian adalah hal yang sangat terlihat jelas dari menjamurnya warung kopi hingga mobil kopi. Berawal dari budaya hingga erakhir pada sebuah bisnis yang menghasilkan suatu mata pencaharian yang cukup layak.

Bupati Aceh Tengah mengatakan bahwa, sepanjang iklim di Tanoh Gayo ini masih cocok untuk menanam kopi, maka budaya minum kopi tidak akan hilang. Budaya yang berkembang dari kata “nggak ada kopi nggak ada cerita” akan terus lahir dan berkembang sepanjang minum kopi itu masih menjadi budaya yang mengakar dan melekat. Budaya dan kopi adalah milik Kota Takengon, milik Tanoh Gayo. Kontruksi sosial yang ada dari minum kopi sebagai budaya masyarakat Kota Takengon bahwa minum kopi harus dilakukan dalam kehidupan sehari – hari masyarakat dalam kondisi bagaimanapun juga. Tidak semua masyarakat Kota Takengon adalah peminum kopi, namun semua masyarakat Kota Takengon adalah penikmat budaya dan sadar budaya, sehingga kebanggaan akan Kopi Gayo selalu mereka sampaikan kepada setiap pendatang di Tanoh Gayo walaupun mereka bukan peminum kopi. Dalam kaitannya dengan masyarakat onsumtif, jelas ada perbedaan, karena masyarakat Tanoh Gayo paham dengan potensi kopi yang menjadi kekayaan alam mereka. Dari segi pariwisata

sendiri, perilaku komunikasi baik secara melalui media sosial maupun langsung, kopi selalu mereka jadikan objek.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka dalam simpulan dapat dirumuskan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Minum kopi bukan lah budaya baru yang menjadi gaya hidup baru di tengah masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah. Budaya minum kopi sudah terbagun sejak masa kolonial Belanda dahulu. Dalam perilaku budaya yang ditunjukkan oleh masyarakat Kota Takengon, dengan selalu minum kopi dalam kehidupan sehari – hari. Mereka menikmati kopi hingga 3 (tiga) gelas setiap hari, bahkan memulai kegiatan dengan kopi adalah sebuah keharusan. Perilaku yang ditunjukkan masyarakat melalui kegiatan minum kopi memiliki makna tertentu. Peminum kopi menyampaikan alasan dengan melakukan aktivitas yang telah dibedakan menjadi dua yaitu rasa gejala sakit kepala atau gejala reaksi lainnya pada tubuh jika tidak minum kopi. Selain itu ada motif untuk antara lain penghilang penat atau rasa jenuh, keinginan berdiskusi dan berkumpul bersama atau menikmati rasa minum kopi yang khas dan unik serta aromanya atau tukar pendapat,
2. Merubah suasana hati dan juga kopi ibarat teman yang setia menemani penikmat kopi atau juga dapat merubah *mood* merupakan makna perilaku

mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi. Keinginan diri pribadi peminum kopi melalui minum kopi dalam hal ini dapat terpenuhi. Kepuasan diri sendiri lebih diutamakan bagi peminum kopi. Selain itu kopi dapat menenangkan pikiran, menambah kenalan dan cuci mata, kemudian kopi dapat menumbuhkan rasa kekerabatan dan kebersamaan antar keluarga, teman, ataupun rekan kerja, dengan kopi bisa berapresiasi dan kopi memberikan inspirasi, serta mengonsumsi kopi dapat menunjukkan status sosial, hal ini merupakan makna lain yang ingin dicapai para peminum kopi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran-saran yang dapat penulis sampaikan kepada semua pihak yang terkait dalam konstruksi sosial minum kopi sebagai budaya masyarakat di Kota Takengon, Aceh Tengah adalah sebagai berikut:

1. Saran teoritis: disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi dengan teori konstruksi sosial
2. Saran akademis: disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan melihat keterkaitan antara konstruksi sosial budaya dengan budaya minum kopi di era digitalisasi saat ini.

3. Saran praktis: disarankan ke depannya dengan semakin berkembangnya kemajuan di era digital, semakin banyak pula kreatifitas untuk mengembangkan budaya minum kopi di Tanoh Gayo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Muhammad dan Meilinawati, Lina. 2019. *Representase gaya Hidup Dan Tradisi Minum Kopi dalam Karya Sastra*. Jurnal Patanjala, 11 (3)
- Akbar, Danil Taqwadin, Sulaiman, Ahmad Nidzamuddin, Akmal, saiful dan Fauzan, Indra. 2019. *Potensi Budaya Minum Kopi (Ngopi) Dalam Membangun Kembali Koeksistensi Masyarakat Aceh Paska Konflik*. Jurnal Ilmiah Isalm Futura. 19 (1)
- Ardieta, Kurniawan. 2017. *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*. Jurnal Sosiologi Dilema. 32 (1)
- Arfiansyah, 2020. *Islam dan Budaya Masyarakat Gayo, Provinsi Aceh : Kajian Sejarah dan sosial*. Jurnal Sosiologi Agama Indonesia, 1 (1)
- Augina, Arnild Mekarisce, 2020. *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat*. Jurnal Ilmiah Kesehatan. 12(3).
- Berger. P.L dan Luckmann. T, 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan. Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan. Penerjemah, Hasan Basari*. Jakarta: LP3ES
- Bernhard, Michael Djami. 2020. Ngopi: Memaknai Aktivitas Minum Kopi dalam Konteks Budaya Populer. Jurnal Teologi Biblika dan Praktika. 1 (1)
- Bungin, Burhan, 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana
- Charles, R Ngangi. *Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial*. Jurnal Komunikasi. 7 (2)
- Daulay, Listiyana Syafitri, Ginting, Rahmanita dan Saleh, Arifin. 2020. *Komunikasi Pariwisata Pihak pemerintah, Pengelola, dan Masyarakat dalam Mengembangkan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kota Padangsidempuan*. Jurnal Talenta Convergence Series. 3(1).<https://talentaconfseries.usu.ac.id/lwsa/article/view/809>
- Hadi, Sumasno. 2016. *Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi*. Jurnal Ilmu Pendidikan. 22 (1).
- Harahap, Yolanda, Ginting, Rahmanita dan Khairani, Leylia. 2021. *Fenomena Keterbukaan Diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram*. Jurnal Perspektif. 10(2). <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.5117>

- Hifnalisa, Abubakar Karim. 2018. *Kajian Awal Varietas Kopi Arabika Berdasarkan Ketinggian Tempat di Dataran Tinggi Gayo*. Jurnal Agrista Edisi Khusus. 1
- Ishak, Beny. 2016. *Fenomena Mahasiswa “Ngopi” di Angkringan* 99. Jurnal Komunikasi. 1 (1)
- Kuswarno, Engkus, 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Kholil, Syukur, 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Cipta Pustaka.
- Mukhtar, 2013. *Metode Praktis Penelitian*, Jakarta: Referensi
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mohnasir, 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Morrisan dan Wardhany, Andy Corry. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nailur, Nabilla Rohmah dan Mariasih, Shuri. 2019. *Aktivisme dan kapitalisme Digital: Konstruksi Branding Warung Kopi melalui Instagram*. Jurnal Muara Ilmu Sosial, humaniora dan Seni. 3 (1)
- Narkubo, Cholid dan Achmadi, Abu, 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Prasodjo, Adi. 2016. *Gaya Hidup Konsumen Warung Kopi di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember*. Artikel Dinamika Global. 2 (4)
- Punama, Wulan Sari. 2020. *Studi Fenomenologi Penyelaras Makna dan Pengalaman Penikmat Warung Kopi di Ambon*. Jurnal Penelitian Komunikasi. 12 (1)
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Solikatun, 2016. *Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi*. Jurnal Analisa Sosiologi. 4 (1)
- Suharsaputra. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan*. Jakarta: PT. Refika Aditama
- Yugantara, Profil, Rackmad K, Dwi Susilo, 2021. *Gaya Hidup Ngopi Sebagai perilaku Konsumsi*. Jurnal Agama Sosial dan Budaya. 4 (1)

Zuriah, Nurul. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :
 - a. Nama : Shabel Abubakar
 - b. Usia : 65 tahun
 - c. Asal : Kota Takengon
 - d. Suku : Gayo
 - e. Alamat domisili : Kota Takengon
 - f. Pekerjaan : Bupati Aceh Tengah
2. Berapa kali anda minum kopi dalam sehari?
Jawab : saya minum kopi bisa sampai 5 cangkir dalam sehari
3. Apa makna kopi menurut anda?
Jawaban : kopi dapat menjadi obat, karena dalam kopi dapat menjadi antioksidan dan dapat mengatur tekanan jantung
4. Apakah minum kopi suatu keharusan dalam keluarga?
Jawab: didalam keluarga tidak ada pemaksaan dalam minum kopi dan keluarga saya bukan peminum kopi
5. Sejak kapan anda menyukai kopi?
Jawab : sejak SMP,
6. Mengapa anda menyukai kopi?

Jawab: karena dilingkungan saya ada kebun kopi di kanan kiri, warung kopi juga berderet sepanjang pinggir jalan, kemudian rasa dan aroma Kopi Gayo dapat memberikan sesuatu sehingga saya akan merasa sakit kepala kalau tidak minum Kopi Gayo, jadi kemanapun saya pergi pasti saya bawa Kopi Gayo. Kalau kopi lain saya tetap merasakan sakit kepala.

7. Apakah anda merasa itu mindset atau bagaimana?

Jawab: saya rasa itu mindset karena saya sendiri juga tidak pernah menelitinya.

8. Anda lebih senang minum kopi dengan gula atau tanpa gula?

Jawab: tanpa gula karena lebih sehat dan terasa aroma kopinya.

9. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: dimana – mana kebun kopi, dimana – mana warung kopi, tentunya budaya kopi ini menyatu dalam kehidupan masyarakat Tanoh Gayo, seperti saya minum kopi karena sadar kanan kiri ada kopi, sadar aroma dan rasa Gayo, yang tidak bisa dirasakan dari kopi lain, bahkan dalam budaya minum kopi dulu ketika minum kopi harus diseruput karena disini kan dingin, minum kopi panas – panas sehingga diseruput. Kemudian teknik menanam juga dengan budaya mantra kopi dulu, memang sekarang tidak lagi tetapi masih selalu diturunkan pengetahuannya kepada anak muda untuk pelestarian budaya.

10. Apakah budaya minum kopi di Takengon akan memudar seiring dengan perkembangan globalisasi?

Jawab: selama iklim Kota Takengon masih cocok untuk tanaman kopi, saya rasa tidak akan pernah budaya minum kopi akan hilang.

11. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: 60% masyarakat adalah produsen kopi dan peminum kopi khususnya arabika, sepanjang kehidupan Kota Takengon bergantung dengan kopi

12. Bagaimana dengan promosi budaya minum kopi?

Jawab: kita tidak pernah melakukan promosi sehingga Gayo punya kualitas tetapi Sumatera yang punya nama, Sidikalang yang punya nama, apalagi dengan pelunturan citra ketika Kopi Gayo dikatakan tercemar zat kimia. Kita tidak melakukan promosi apapun, karena nama baik Kopi Gayo sangat kuat, akan kembali dengan sendirinya, anak muda Kota Takengon juga kreatif, mereka tau bagaimana memperbaiki citra Kopi Gayo yang kuat. Saya tidak takut Kopi Gayo tidak dibeli orang karena untuk kami sendiri saja kurang produksinya. Disini petani melahirkan petani, sedangkan selama ini kami selalu memanjakan lidak bukan memanjakan kebutuhan pembelian. Jadi saat ini yang ingin dikembangkan adalah bagaimana lahan perkebunan kopi dapat bertambah, sehingga produksi dapat bertambah. Hal ini sudah mulai berjalan sekitar 100 HA.

13. Apakah edukasi sering dilakukan?

Jawab: tentu, kita ada penyuluh, petani kita sangat pintar, bahkan insinyur pertanian sendiri masih kalah dengan petani lokal Tanah Gayo.

14. Bagaimana dengan Kopi Gayo yang tercemar zat kimia?

Jawab: itu hanyalah isu, ketika itu memang ada tetapi hanya soal pestisida, pencemaran nama baik saja itu agar Kopi Gayo tidak dibeli orang, jika memang benar seharusnya tes itu dilakukan disini bukan di Amerika, seharusnya kita punya alat test disini, dan seharusnya kita punya dry port, sebagai tempat karantina, ada bea cukai disitu, sehingga hal begini tidak ada lagi, segala sesuatunya diperketat untuk perdagangan Kopi Gayo, pasti aman semua.

15. Bagaimana fenomena warung kopi Kota Takengon, Aceh Tengah?
Jawab: masyarakat semua minum kopi, Kopi Gayo tidak hanya diproduksi dan dijual ke luar, tetapi untuk diminum dan dinikmati bersama, sehingga berapa banyak warung kopi tidak akan pernah sepi dengan pengunjung. Karena Kopi Gayo ini sangking tingginya jumlah peminum kopi disini sehingga unuk kita saja kurang, jadi jagan dibuang – buang kopi kita.
16. Bagaimana fenomena mobil kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah?
Jawab: anak muda sekarang sadar akan potensi Kopi Gayo, kreatifitas tnpa batas, mobil kopi salah satunya. Mobil kopi memudahkan para peminum kopi, karena bisa didapatkan dimana – mana, seperti saya yang akan menyelenggarakan festival atau kegiatan terbuka oleh umum tidak akan sulit mencari tempat untuk warung kopi, cukup menyediakan mobil kopi dapat diletakkan dimana saja, sangat praktis
17. Apakah mobil kopi tidak akan menggeser pola minum kopi di warung kopi?
Jawab: tentu tidak, mobil kopi kan hanya untuk orang – orang yang buru – buru, tidak punya waktu cukup tapi ingin minum kopi jadi memilih mobil kopi tetapi duduk lama – lama d warung kopi tetap dilakukan, saya saja kalau ada tamu jika ada kesempatan selalu saya bawa ke warung kopi, lebih nayman, lebih enak cakap – cakap.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Mukhsin Zein
- b. Usia : 51 tahun
- c. Asal : Jakarta
- d. Suku : Minang
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Kepala RRI Takengon

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak sebelum saya ditempatkan menjadi kepala RRI Takengon saya sudah menyukai kopi,

3. Berapa kali anda minum kopi dalam sehari?

Jawab : saya begitu buka mata kopi yang saya cari bahkan lebih banyak saya konsumsi kopi daripada air putih, kalau diperkirakan sekitar 5 cangkir lebih saya sehari, jadi orang – orang bilang pecinta kopi ditempatkan dikota kopi itulah saya.

4. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : makna kopi menurut saya, jika tidak ada kopi tidak hidup, karena bangun tidur kopi yang saya cari, sedang ngobrol kopi yang saya cari, sedang kerja temannya juga kopi hampir keseluruhan hidup saya dengan kopi.

5. Anda lebih senang minum kopi dengan gula atau tanpa gula?

Jawab: tanpa gula lebih enak menurut saya

6. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: dari apa yang saya lihat selama saya tinggal di kota kopi ini, masyarakat sini kan petani kopi, kemudian warung kopi juga banjir dimana – mana, tentunya masyarakat sangat sadar akan potensi tanah mereka dan menjadikan kopi bukan hanya sebagai mata pencaharian tetapi juga konsumsi sendiri sehingga warung kopi memang dicari, hal tersebut terus – menerus berjalan sehingga melahirkan budaya yang sudah melekat dan tidak bisa dipisahkan lagi kecuali kopi bukan lagi sesuatu utama di Tanah Gayo ini.

7. Apakah budaya minum kopi di Takengon akan memudar seiring dengan perkembangan globalisasi?

Jawab: saya fikir tidak ya, karena sekarang saja malah jadi obyek wisata disini, warung kopi dimana – mana belum lagi oleh – oleh yang dicari setiap pengunjung datang juga kopi.

8. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: dilihat dari banyak nya warung kopi dan jarang ada yang sepi, saya pikir selain produsen kopi masyarakat Tanah Gayo juga peminum kopi.

9. Bagaimana fenomena warung kopi Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: masyarakat Kota Takengon sangat kreatif dalam membangun warung kopi, terlihat dari konsep – konsep warung kopi ada yang diladang kopi seperti seladang, galeri, belum lagi warung kopi di pinggir danau seperti mendale atau Tujuh Semeja, tentunya warung kopi ini sekarang bukan lagi seperti dulu yang

memiliki makna berkumpul, cakap – cakap tetapi juga bisa digunakan sebagai sarana objek wisata, saya lihat yang datang minum kopi bukan hanya masyarakat kalangan Kota Takengon dan sekitarnya tetapi dari berbagai wilayah diluar kota Takengon, apalagi saat weekend.

10. Bagaimana fenomena mobil kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: dari apa yang saya ketahui, mobil kopi ini tercipta untuk masyarakat yang sibuk kerja, jadi mau cepat untuk minum kopi sehingga konsepnya take away, praktis, hanya itu saja

11. Apakah mobil kopi tidak akan menggeser pola minum kopi di warung kopi?

Jawab: saya pikir tidak ya, warung kopi sudah ada pecintanya, mobil kopi juga sama, karena rasa kopi juga hampir sama tergantung baristanya, kalau jenis kopi jelas sama karena Kopi Gayo.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Sadikin (bang Gembel)
- b. Usia : 52 tahun
- c. Asal : Jember
- d. Suku : Jawa
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Budayawan (pemilik seladang kopi dengan konsep
ngopi di ladang kopi)

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak saya menyadari aroma kopi dengan makna yang ternyata lebih variatif daripada rasanya.

3. Bagaimana anda membangun sebuah warung kopi dengan konsep yang unik seperti ini?

Jawab: butuh proses perdebatan saya dengan istri selama 3 tahun untuk dapat memutuskan mendirikan warung kopi dengan konsep ngopi di ladang kopi. Tentunya berakhir dengan hal priogatif saya sebagai suami

4. Apa yang melatar belakangi anda membangun warung kopi dengan konsep seperti ini?

Jawab : Takengon, bener meriah kaya akn alamnya yang cocok dengan tanaman kopi, saya hanya ingin orang – orang dapat merasakan nikmatnya minum kopi langsung dari kopi itu berasal, melihat bagaimana kopi itu tumbuh lalu buah yang utuh sampai dapat diminum. Di seladang proses itu saya perkenalkan.

5. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : kita bisa lempar kepada kontes ke acehan, kita dapat river ke beberapa quotes salah satunya Teuku Umra, ketika saya terjemahkan dalam bahasa indonesia ketika perang dengan Belanda, beliau mengatakan kepada pasukannya “insyaallah, kita besok ketemu di warung kopi di Meulaboh, sambil ngopi, kalau tidak berarti saya sudah mati syahid” ini adalah quote yang cerdas, kenapa Teuku Umar ngomor soal kopi bukan teh atau kenapa Teuku Umar tidak mengatakan “ayo kita ketemu di Meulaboh sambil ngisap ganja” karena negara belum melarang itu ketika itu, artimya adalah kopi itu adalah darah daging di aceh, kopi adalah alat sosial yang menghubungkan orang dengan orang, sebagai alat perekat, sehingga kalau tidak ada kopi maka tidak akan lagi penghubung antara masyarakat di Tanoh Gayo ini.

6. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: awal mula masuknya budaya kopi adalah dibawa oleh kolonial Belanda, yang ketika itu, Belanda memberika kopi robusta kepada pekerja agar selalu lebih aktif bekerja dan tidak pernah tidur sedangkan arabika dikonsumsi oleh kalangan mereka sendiri, kopi arabika sendiri pertama kali ada di jember, di Gayo sendiri ada 2 varietas Kopi Gayo Gayo 1 (satu) yaitu hibrida catimor merupakan hasil perkawinan dari hibrida dan the timor, yang berasal dari timor leste lalu dikembangkan dan disertifikasi di Tanoh Gayo sehingga karakternya berubah bahkan bertambah sesuai dengan jenis tanah yang ada di Tanoh Gayo. Kemudian

Gayo 2 (dua) berasal dari borbone. ada sebuah statemen bahwa anak muda ikut – ikutan, kita sepakat tentang kopi sebagai perisai, lalu kopi sebagai produk. Bagaimana budaya menanam dan memproduksi kopi bukan lagi yang gemar untuk dibicarakan karena hal itu sudah mereka ketahui diluar kepala, sekarang mereka gemar dengan bagaimana ya merosting kopi, bagaimana menyangrai kopi, bagaimana menjadi barista. Dulu mungkin keren dianggap anak band, sekarang keren dianggap sebagai barista. Anak muda selalu mencari popularitas. Tetapi ini adalah hal yang bAgus, awalnya ikut- ikutan, mencari popularitas, lalu identitas dan berakhir dengan mencari income atau mata pencarian dengan kopi.

7. Apakah budaya minum kopi di Takengon akan memudar seiring dengan perkembangan globalisasi?

Jawab: fenomena yang terlihat didepan mata saat ini, dimana Kopi Gayo sekarang lebih populer dengan rasa dan aromanya yang semakin variatif, tentu malah akan memiliki tempat istimewa tersendiri, jati diri Kopi Gayo sudah sangat melekat dan sulit digeser oleh apapun

8. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: masyarakat masyarakat adalah petani kopi, bahkan saya saja memanfaatkan ladang kopi sebagai wisata minum kopi. Beralih ke masa dulu bagaimana kita memiliki petani yang religius. Hal ini terbukti dengan adanya mantra kopi. mereka memahami keterbatasan. Mereka melakukan dialog dengan penciptanya saat menanam kopi. Dalam dialog tersebut para petani kopi meminta tolong kepada penciptanya untuk menguatkan akarnya, suburkan kopinya, kuatkan batangnya, rimbunkan daunnya, jauhkan dari penyakit. Ini merupakan hal yang bijaksana dari petani kopi melihat di era dahulu belum ada zat kimia untuk menyuburkan tanaman kopi. Tentunya petani kopi Tanah Gayo sangat dekat dengan tuhan nya maknanya saya sebut religius.

9. Bagaimana fenomena warung kopi Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: kalau bercerita tentang warung mungkin sehari semalam suntuk juga tidak akan habis membahas warung kopi. Namun yang dapat saya katakan warung kopi adalah wadah bagi para pecinta kopi yang ingin menikmati kopi dengan tawaran dari keutamaan kopi. Kopi sebagai candu, kopi sebagai perekat, kopi sebagai alat komunikasi dan kopi sebagai mata pencaharian. Segala ruang lingkup aspek kehidupan dapat dibicarakan di warung kopi dengan kopi.

10. Bagaimana fenomena mobil kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: mobil kopi adalah salah satu yang memperkaya akan kopi Tanah Gayo. Kalau mau cepat tapi ingin minum kopi ya menikmati kopi di mobil kopi, intinya praktis.

11. Apakah mobil kopi tidak akan menggeser pola minum kopi di warung kopi?

Jawab: saya pikir tidak ya, karena makna dari warung kopi dengan mobil kopi sangat jauh berbeda, warung kopi mempunyai kelasnya sendiri dan mobil kopi juga punya kelas nya tersendiri. Masing – masing punya lahannya sendiri jadi tidak perlu saling mencuri start.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Ikhsan Gayo Wan
- b. Usia : 43 tahun
- c. Asal : Kota Takengon
- d. Suku : Gayo
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Pengusaha mobil kopi

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak saya lahir saya sudah mengenal dan menyukai kopi, karena saya adalah penikmat budaya Tanoh Gayo

3. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : kopi adalah urat nadi orang Gayo, jati diri orang Gayo, karena mayoritas orang Gayo bisa dikatakan 99% semuanya bergelut di kopi. Artinya petani kopi melahirkan petani kopi jadi tidak salah kalau dikatakan Kopi Gayo itu adalah urat nadi orang Gayo. Dari sisi aspek ekonomi juga kopi merupakan potensial sekali. Spesifik kopi arabika, sehingga masyarakat Gayonya tidak ada yang tidak punya kebun kopi, jadi tidak mungkin mereka tidak mengetahui kopi

4. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: masyarakat Gayo tidak ada yang tidak paham dengan kopi, dari segi sajian saja dari mulai anak TK hingga orang dewasa sangat paham dengan budaya. Kalau berkunjung ke rumah – rumah yang masih asli dengan konsep budaya Gayo, di rumah itu ada dapur khusus hanya ada sebuah meja, lalu dibentang tikar, untuk dapat berkumpul dan menikmati kopi bersama – sama, atau makan bersama dengan cuci mulutnya adalah kopi.

5. Apakah budaya minum kopi dapat dibudidayakan?

Jawab: saat ini Kopi Gayo sendiri sudah di pamerkan hingga di luar negeri tentang budaya menikmati minum Kopi Gayo. Orang Gayo sendiri juga sebenarnya tidak menyangka bahwa Kopi Gayo khususnya budayanya bisa sepopuler sekarang. Anak – anak muda sekarang juga banyak yang sadar tentang kualitas Kopi Gayo terlihat dari pelaku – pelaku perkembangan marketing banyak yang berasal dari anak muda. Secara tidak langsung jika dilihat dari budaya apakah paksaan dari leluhur, sebenarnya bukan paksaan karena tidak secara formil, namun kami memang dibiasakan kami menikmati kopi dari kebun sendiri, dari mulai pagi hingga siang dan seterusnya sehingga kami terbiasa dengan kopi dan budaya minum kopi.

6. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: dari saya tumbuh dan besar di Takengon, keluarga saya, tetangga saya, bahkan diri saya adalah produsen kopi dan peminum kopi, sampai saya sendiri ekspansi di dunia kopi. Saya mendalami dunia kopi karena sadar akan diri saya sebagai produsen dan peminum kopi. Kayanya Tanoh Gayo ya di kopi, jadi kalau dikatakan masyarakat Kota Takengon adalah produsen dan peminum kopi pasti benar

7. Bagaimana fenomena warung kopi Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: warung kopi yang saya ketahui sangat kompleks, banyak kreatifitas anak muda yang tertuang dalam warung kopi. Bukan karena mendapatkan penghasilan, tujuan utamanya adalah kecintaan akan Kopi Gayo. Budaya kopi yang dimanfaatkan menjadi mata pencarian

8. Bagaimana fenomena mobil kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: lahirnya mobil kopi tidak terlepas dari kata kecintaan pada kopi, sama halnya dengan warung kopi

9. Apa yang melatar belakangi anda membangun usaha mobil kopi?

Jawab : saya membangun usaha mobil kopi ini sejak tahun 2005. Saya berfikir, semakin berkembang zaman, orang akan semakin sibuk, tapi kopi tidaklah bisa ditinggalkan, saya membangun usaha ini untuk memenuhi keinginan para peminum kopi yang sibuk, butuh kepraktisan, kemudahan, sesibuk – sibuknya kopi tetap bisa dinikmati. Saya sendiri merasa kepraktisan yang luar biasa dari mobil kopi ini, contohnya dengan konsep mobil kopi saya dapat memperkenalkan Kopi Gayo ke berbagai daerah. Saya pernah melakukan perjalanan darat dengan mobil kopi sampai ke bali. Setiap daerah saya berhenti, berjualan kopi sambil memperkenalkan Kopi Gayo disamping itu saya juga dapat mengedukasi pola minum kopi yang sehat dengan Kopi Gayo ini. Banyak hal baik yang dapat saya lakukan dengan mobil kopi ini.

10. Apakah mobil kopi tidak akan menggeser pola minum kopi di warung kopi?

Jawab: saya rasa tidak, warung kopi akan tetap eksis dengan peminatnya sendiri dan mobil kopi juga demikian. Masyarakat juga sudah pintar menyesuaikan apa yg dia butuhkan

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

11. Data pribadi, meliputi :

- g. Nama : Syahru
- h. Usia : 27 tahun
- i. Asal : Kota Takengon
- j. Suku : Gayo
- k. Alamat domisili : Kota Takengon
- l. Pekerjaan : Duta Kopi Takengon

12. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak saya lahir saya sudah suka kopi karena ayah saya petani kopi, tiap hari yang saya lihat dan pegang pasti biji kopi dan tanaman kopi

13. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : kopi adalah hidupnya orang Gayo. Kami hidup dari kopi, sama seperti bali, sadar akan pariwisatanya maka orang Gayo sadar akan potensi kopinya

14. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: dalam adat dan budaya Gayo, kopi adalah suatu kebanggaan. Sehingga ada tamu yang datang dari dalam ataupun luar Kota Takengon akan disuguhkan kopi. Walaupun tidak semua masyarakat adalah peminum kopi namun akan bangga untuk menyuguhkan Kopi Gayo. Jadi adat dan budaya Gayo adalah

minum Kopi Gayo.

15. Apakah budaya minum kopi dapat dibudidayakan?

Jawab: tentu saja, banyak hal yang sudah kami lakukan dalam eksplorasi Kopi Gayo hingga ke ranah internasional. Kami saja yang merupakan masyarakat lokal, bersaing ketat untuk memajukan Kopi Gayo. Saya selalu membuat hal – hal baru bagaimana pesaing bisnis saya gusar dengan hal besar yang saya raih. Apalagi masyarakat yang diluar Kota Takengon, tentunya akan lebih penasaran.

16. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: ayah saya adalah petani kopi, dan kini saya pun petani kopi, hanya saya dapat lebih melebarkan dunia usaha bukan sekedar menjadi petani kopi tetapi juga pemilik warung kopi. Galeri kopi ini saya dirikan dengan konsep ngopi di ladang kopi. Saya sebagai duta kopi harus dapat mengedukasi para pengunjung saya tentang bagaimana minum kopi sehat. Bagaimana Kopi Gayo pantas menjadi kopi nomor satu. Itulah cara saya agar para peminum kopi semakin banyak dan terus bertambah khususnya peminum Kopi Gayo.

17. Bagaimana fenomena warung kopi Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: warung kopi hadir karena sadar akan potensi kopi yang luar biasa. Masyarakat sadar, dengan menjual bubuk kopi tidak akan mampu menjadikan Kopi Gayo nomor satu. Bagaimana menikmati Kopi Gayo yang sehat itu adalah tugas kita. Bagaimana caranya? Ya dengan membangun warung kopi, artinya kita berikan ruang agar para peminum kopi punya tempat untuk tau dan menikmati.

18. Bagaimana fenomena mobil kopi di Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: mobil kopi seperti yang saya tau adalah wadah untuk memperkaya tata cara minum kopi di Tanah Gayo ini. Jadi ya kehadirannya cukup positif

19. Apakah anda tidak merasa tersaingi?

Jawab: tentunya tidak ya, seperti halnya penjual pulsa, begitu banyak nya penjual pulsa tapi tidak ada yang tidak memiliki pembeli karena orang semua membutuhkan pulsa, begitupun Kopi Gayo, dibanding produksi kopi, lebih banyak peminum kopi.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Pralaikho Tonniro
- b. Usia : 23 tahun
- c. Asal : Kota Takengon
- d. Suku : Gayo
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Anak muda (peminum kopi)

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak saya lahir saya sudah minum kopi, orang tua selalu ngasi ke anaknya walaupun sedikit

3. Didalam keluarga apakah ada paksaan dalam minum kopi?

Jawab: tidak ada, saya sadar benar bahwa kopi adalah minuman yang familiar untuk saya sejak saya lahir

4. Berapa kali anda mnum kopi dalam sehari?

Jawab: sekita 4 hingga 5 kali sehari, dan saya mulai merasa kecanduan kopi sejak usia 10 tahun

5. Apa yang dirasakan kalau tidak minum kopi?

Jawab: terkadang sakit kepala, tetapi pastinya seperti ada yang hilang jika tidak minum kopi

6. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: masyarakat sini memang sehari – harinya dengan kopi, gada kopi gada duit, tidak ada pekerjaan lain yang dapat dilakukan selain dari kopi, umumnya begitu ya. Saya sendiri bisa sekolah dengan hasil dari kopi. Ayah saya adalah petani kopi.

7. Anda lebih suka minum kopi di warung kopi atau dirumah?

Jawab: kalau sama teman – teman senang nya di warung kopi, tapi kalau tidak sama teman – teman lebih suka dirumah karena lebih menikmati, tidak bising

8. Apakah ada perbedaan duduk santai bersama dengan teman – teman sambil minum kopi atau tidak dengan minum kopi?

Jawab: jelas berbeda, kalau dengan kopi walaupun habis pembeicaraan tetap bisa duduk berlama – lama lalu cakap – cakap lagi, durasinya bisa lebih lama sedangkan tanpa kopi selesai apa yang mau dicakap bubar gitu aja.

9. Bagaimana dengan menikmati kopi di mobil kopi?

Jawab: dunia kan semakin berkembang, dengan mobil kopi lebih praktis, dimana – mana bisa kita temukan di mobil kopi, contoh lainnya kita mau kerja, tapi mau minum kopi, nah mobil kopi bisa memnuhi itu, mau kerja bisa beli kopi dengan cara take away di mobil kopi

10. Apakah peminum kopi di Tanoh Gayo berubah menjadi peminum kopi yang individualis dengan menjamurnya mobil kopi dengan sistemnya yang take away?

Jawab: saya rasa tidak ya, cakap – cakap diambil kopi memang tidaklah nyaman, makanya orang beli dengan sistem take away. Tetapi itu kan Cuma untuk orang – orang yang sibuk, tidak sempat duduk di warung kopi tapi mau minum kopi. Namun tidak selamanya orang sibuk. Pasti ada kesempatan orang untuk duduk di warung kopi mungkin untuk bahas ha bisnis dll. Mobil kopi ini juga menurut saya ada sisi positifnya, yaitu menambah lapangan pekerjaan karena teman – teman saya banyak yang memiliki usaha mobil kopi. Ini kan suatu hal yang baik bagi perkembangan kopi di Tanoh Gayo juga bagi kemajuan ekonomi daerah.

11. Apa image yang terbentuk dari warung kopi dan mobil kopi?

Jawab: kalau warung kopi ayo duduk bersantai dan berbicara bersama kopi sedangkan mobil kopi adalah ayo pergi ke kantor dengan kopi

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Rifki Hasan Gayo (Kiki)
- b. Usia : 18 tahun
- c. Asal : Kota Takengon
- d. Suku : Gayo
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Anak muda (peminum kopi)

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak saya lahir kecil saya sudah minum kopi tetapi masih sedikit - sedikit

3. Didalam keluarga apakah ada paksaan dalam minum kopi?

Jawab: tidak ada, dirumah hanya saya dan bapak yang minum kopi

4. Berapa kali anda mnum kopi dalam sehari?

Jawab: sekitar 3 hingga 4 kali sehari, rasanya gak enak kalau tidak gak minum kopi, kayak ada yang kurang.

5. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : makna kopi bagi saya adalah penyambung komunikasi. Kadang kita bingung bicara sama seseorang apalagi baru dikenal, jadi kita bisa mulai dari kopi

6. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: bagi kami masyarakat Gayo, kopi adalah kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan. Sudah mendarah daging. Jadi bukan Cuma sekedar budaya, tetapi lebih kepada jati diri.

7. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: ayah saya adalah petani kopi, dan keluarga saya juga rata – rata petani kopi, saya sendiri peminum kopi jadi kami tidak dapat hidup tanpa kopi.

8. Anda lebih suka minum kopi di warung kopi atau dirumah?

Jawab: di warung kopi sama teman – teman, sambil cakap – cakap bisa sampai 3 jam lebih kami di warung kopi sambil minum kopi.

9. Apakah ada perbedaan duduk santai bersama dengan teman – teman sambil minum kopi atau tidak dengan minum kopi?

Jawab: ada, karena kalau gak sama kopi bingung juga mau minum apa, minum kopi itu dari mulai masih panas sampai kopi nya sudah dingin masih enak diminum beda sama minuman lainnya

10. Apakah anda pernah minum kopi di mobil kopi?

Jawab: pernah tetapi dengan sistem take away

11. Mana yang lebih anda sukai minum kopi di warung kopi atau di mobil kopi?

Jawab: di warung kopi bersama teman – teman, karena kalau di mobil kopi cuma itu kalau buru – buru saja, kalau tidak buru – buru saya jarang beli kopi di mobil kopi.

TRANSKIP WAWANCARA

KONSTRUKSI SOSIAL MINUM KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT DI KOTA TAKENGON, ACEH TENGAH

1. Data pribadi, meliputi :

- a. Nama : Agus
- b. Usia : 25 tahun
- c. Asal : Kota Takengon
- d. Suku : Gayo
- e. Alamat domisili : Kota Takengon
- f. Pekerjaan : Anak muda (peminum kopi)

2. Sejak kapan anda menyukai kopi?

Jawab : sejak tau kalau rasa kopi itu enak

3. Berapa kali anda minum kopi dalam sehari?

Jawab: sekitar 3 hingga 4 kali sehari, terkadang mungkin lebih dari itu, apalagi kalau cuaca dingin. Disini kan cuaca sering dingin jadi lebih banyak konsumsi kopi

4. Apa makna kopi menurut anda?

Jawaban : dengan kopi kita mampu bercakap - cakap

5. Bagaimana kebiasaan dan adat istiadat minum kopi bagi masyarakat Kota Takengon, Aceh Tengah?

Jawab: segala tata cara yang berbau kopi ada adatnya kalau disini, seperti minumnya diseruput, menanamnya ada mantra kopi, jadi kita walaupun anak muda,

sangat sadar akan budaya yang berkembang dari nenek moyang kita

6. Bagaimana menurut anda bahwa masyarakat Takengon sebagai produsen dan peminum kopi?

Jawab: sejak tamat sekolah, saya sendiri menjadi petani kopi dan peminum kopi sejak kecil. Tentunya begitu juga dengan masyarakat Tanoh Gayo lainnya. Kami memang hidup dari kopi, maju dari kopi dan berkembang dari kopi.

7. Anda lebih suka minum kopi di warung kopi atau di rumah?

Jawab: kalau suka, dimana saja saya suka minum kopi, tetapi lebih sering minum kopi di warung kopi dengan teman – teman, selain teman saya banyak yang memiliki usaha warung kopi, tetapi juga enak bercakap – cakap dengan minum kopi.

8. Apakah ada perbedaan duduk santai bersama dengan teman – teman sambil minum kopi atau tidak dengan minum kopi?

Jawab: jelas ada, dengan kopi banyak hal yang bisa dibicarakan sehingga 3 jam terkadang gak cukup waktu bersama teman – teman sambil minum kopi.

9. Apakah anda pernah minum kopi di mobil kopi?

Jawab: pernah tetapi jarang

10. Mengapa demikian?

Jawab: karena mobil kopi itu khusus untuk orang – orang yang sibuk saja. Untuk saya yang keseharian petani kopi, tidaklah terlalu sulit untuk menikmati kopi di warung kopi sambil duduk santai dengan teman – teman.

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara bersama Bupati Aceh Tengah (Shabel Abubakar)



Wawancara bersama Kepala RRI Takengon (Mukhsin Zein)



Wawancara bersama Ikhsan pemilik mobil kopi



Wawancara bersama Rifki hasan Gayo (Kiki) anak muda peminum kopi



Wawancara bersama Agus, anak muda peminum kopi



Wawancara bersama Pralaikho Tonniro, anak muda peminum kopi



Wawancara bersama Sadikin (Bang Gembel), budayawan kopi dan pemilik kafe
Seladang Kopi



Wawancara bersama Syahru, duta kopi sekaligus pemilik warung kopi, Galeri Kopi Indonesia

CURRICULUM VITAE

TRI WAHYUNINGSIH, S.Sos.

Pegawai Rri Medan



Tri priady tryprady

Data Pribadi

Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 06 Desember 1987
Jenis Kelamin : Perempuan
Tinggi Badan : 168 cm
Berat Badan : 53 Kg
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Status : Kawin

Pendidikan

- SD Negeri 068008 (1997 - 2001)
- SMP Negeri 31 Medan (2001 - 2004)
- SMA Negeri 2 Medan (2004 - 2006)
- Strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara (2006 - 2010)

Pengalaman Kerja

- Pegawai LPP RRI Medan

Pengalaman Diklat

- Diklat Presenter Unggulan
- Diklat Naskah Sandiwara Radio
- Diklat Dasar Kepegawaian



Tentang Saya

Saya Merupakan seorang yang tertarik dengan Desain Grafis, Editing Audio, Buku, puisi orde lama, puisi orde baru, sastra lama dan saya seorang penulis lepas. Beberapa karya saya sudah di siarkan dalam sandiwara Radio LPP RRI Medan.

Dengan demikian saya sangat senang mempelajari hal-hal baru.

KONTAK

tripriadiart33@gmail.com

Tg. Morawa, Dusun V Komp. Koserna

08116483131

KEAHLIAN

