



JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial

Available online <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jupiis>

Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa Di Kota Medan

Coffee Shop from Time to Time as a Public Sphere in Medan

Lukitaningsih* & Devi Juliani

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Diterima: 22 Juni 2020; Direview: 22 Juni 2020; Disetujui: 10 Februari 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang munculnya warung-warung kopi modern di kota Medan, perkembangan warung-warung kopi modern di kota Medan, dan kontribusi warung kopi modern sebagai ruang publik terhadap masyarakat kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Dimana penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada 6 warung kopi modern dan 1 warung kopi tradisional yang ada di kota Medan, wawancara terhadap 38 informan dan studi literatur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa munculnya warung-warung kopi modern di kota Medan tidak terlepas dari pengaruh hadirnya gerai kopi Starbucks, pengaruh kopi *sachet*, gaya hidup masyarakat perkotaan dan semakin terkenalnya kopi hasil produksi lokal seperti kopi Aceh dan kopi khas Sumatera Utara. Perkembangan jumlah warung kopi modern di kota Medan sejak tahun 2013 setiap tahunnya menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hingga tahun 2019 tercatat sedikitnya terdapat 282 warung kopi modern di kota Medan. Dewasa ini, warung kopi modern berkontribusi sebagai tempat bagi pengunjung untuk melakukan beberapa aktivitas, seperti tempat ngopi, tempat mengerjakan tugas, tempat rapat, tempat nongkrong, tempat acara perayaan, atau tempat untuk sekedar bertemu teman.

Kata Kunci: Warung Kopi, Ruang Publik, Starbucks.

Abstract

This study aims to determine the background of the emergence of modern coffee shops in the city of Medan, the development of modern coffee shops in the city of Medan, and the contribution of modern coffee shops as a public space for the people of Medan. This research uses the Heuristic method with a qualitative approach. The type of research used is field research with data collection techniques through direct observation of 7 modern coffee shops and 1 traditional coffee shop in the city of Medan, interviews with 38 informants and literature studies. The results of the study showed that the emergence of modern coffee shops in Medan could not be separated from the influence of the presence of Starbucks coffee outlets, the influence of sachet coffee, urban lifestyle and the growing popularity of locally produced coffee such as Aceh coffee and North Sumatra specialty coffee. The development of the number of modern coffee shops in the city of Medan since 2013 every year shows a significant increase. Until 2019 there were at least 282 modern coffee shops in the city of Medan. Nowadays, modern coffee shops contribute as a place for visitors to do some activities, such as a coffee shop, a place to work on assignments, a meeting place, a place to hang out, a place for celebrations, or a place to simply meet friends.

Keywords: Coffee Shops, Public Sphere, Starbucks.

How to Cite: Lukitaningsih. & Juliani, D. (2021) Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa Di Kota Medan. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 13 (1): 10-19.

*Corresponding author:

E-mail: lukitaningsih12@gmail.com

ISSN 2549-1660 (Print)

ISSN 2550-1305 (Online)

PENDAHULUAN

Penikmat kopi dari waktu ke waktu tidak dapat dipungkiri terus bertambah seiring dengan perubahan zaman yang semakin maju. Perkembangan usaha warung kopi dan perubahan gaya hidup menyebabkan masyarakat membutuhkan sebuah ruang dengan nuansa baru. Ruang di mana semua kalangan dapat tergabung didalamnya namun tetap ada kopi yang menjadi pemersatunya. Penikmat kopi dari zaman ke zaman pun mulai mengalami perubahan. Pada masa dahulu dapat dilihat bahwa penikmat kopi di warung-warung kopi tradisional terbatas hanya bapak-bapak dan kakek-kakek, yang lebih identik dengan kaum lelaki saja. Namun berbeda jauh dengan yang terjadi pada masa kini. Penikmat kopi tidak hanya dari kalangan lelaki, tetapi juga sudah merambah kepada kalangan wanita baik remaja, orang dewasa maupun orang tua.

Hal ini dapat dilihat dari maraknya fenomena kemunculan warung-warung kopi modern, atau yang akrab di telinga kita yang biasa disebut kafe. Kini orang pergi ke warung kopi tidak hanya untuk sekedar mencicipi kopi khas warung kopi itu saja, melainkan untuk nongkrong, kumpul dengan keluarga dan bersantai dengan kelompoknya. Tak jarang kini di Medan banyak terdapat warung kopi dengan konsep yang berbeda dari warung kopi biasanya, mulai bermunculan layaknya jamur dimusim hujan. Konsep yang lebih modern dilengkapi dengan nuansa anak muda masa kini merupakan ciri khas dari warung-warung kopi tersebut. Perubahan warung kopi dari tradisional hingga menjadi warung kopi modern seperti yang ada saat ini terjadi bukan tanpa alasan. Demi kepuasan konsumen yang datang, perkembangan zaman dan pastinya untuk mendapatkan keuntungan atau margin atas usaha yang dijalankan menjadi beberapa alasan terjadinya perubahan tersebut.

Maraknya kemunculan warung kopi modern saat ini tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup kota besar yang

menyuguhkan banyak kesenangan bagi para pencari hiburan dan menjadi tempat “nongkrong” favorit bagi kalangan anak muda di area kampus, pusat perbelanjaan dan perkantoran di Medan. Hadirnya inovasi baru dalam pembuatan dan pengemasan kopi menjadi salah satu alasan semakin banyaknya pecandu kopi di dunia ini (Majalah Swasembada, 1995. “Galeria di Yogyakarta”, Edisi No. 1).

Lahirnya warung kopi modern dipelopori oleh adanya warung kopi Starbucks sebagai salah satu fenomena di dalam industri kopi. Starbucks membuka gerai pertamanya di Seattle Amerika Serikat pada 1971. Dan sejak itu Starbucks terus berkembang dan melebarkan diri hingga ke 8.000 gerai di seluruh dunia (Hati, 2017).

Hadirnya gerai kopi Starbucks pertama kali di wilayah Sumatera pada tahun 2004 tepatnya di pusat perbelanjaan Sun Plaza Kota Medan semakin menambah daftar warung kopi modern di kota Medan. Konsumen yang mendatangi Starbucks tidak hanya semata-mata ingin minum kopi saja, melainkan karena ada sentuhan emosi yang dihadirkan gerainya. Entah itu perasaan bangga, gengsi, atau kehangatan.

Fenomena hadirnya tren baru dalam minum kopi dewasa ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan minum kopi di warung kopi tradisional. Sebab sudah lama masyarakat Indonesia suka minum kopi, begadang, dan membahas banyak hal di warung kopi. Kompas Cyber Media (2005) menyatakan bahwa yang berubah sesuai zaman adalah lokasi ngopi, desain tempat, fasilitas, konsumen, dan kemasan kopi yang diciptakan “wah” serta lebih menarik.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat latar belakang munculnya warung-warung kopi modern di kota Medan, perkembangan warung-warung kopi modern di kota Medan, dan kontribusi menjamurnya warung kopi modern di kota Medan terhadap pengunjung.

Penelitian ini menggunakan Teori Ruang Publik yang di kemukakan oleh

Jurgen Habermas. Menurut teori ini, ruang publik adalah sebuah ruang atau tempat yang dapat diakses oleh masyarakat luas secara bebas. Dimana tujuan daripada ruang publik adalah menyatukan orang-orang dalam berbagai kepentingan pada suatu tempat yang dapat diakses semua orang baik dari ekonomi menengah kebawah, maupun mereka yang berasal dari ekonomi menengah keatas. Sehingga dalam ruang publik ini tidak ditemukan adanya tingkatan kelas, karena ketika sudah tergabung dalam ruang publik, maka semua orang memiliki kedudukan yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 1998). Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Pada penelitian ini jumlah informan sebanyak 38 orang yang terdiri atas pengunjung, pemilik, supervisor, karyawan dan manager warung kopi. Teknik untuk pengambilan informan dilakukan dengan teknik *random sampling* menggunakan *snow ball*.

Warung kopi modern yang dijadikan sebagai objek observasi yaitu Pos Kopi, Kopi Toast Cafe, Jumpa Kawan Cafe, Me & Coffee Works, Starbucks dan The Coffee Crowd. Selain keenam warung kopi modern tersebut, terdapat juga satu warung kopi tradisional yakni Kedai Kopi Apek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Hadirnya Warung Kopi

Warung kopi adalah sebuah kios yang menyediakan menu berupa minuman kopi sebagai menu utama dan makanan ringan sebagai menu pendamping yang sering

dikunjungi oleh masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial budaya yang berbeda untuk sekedar berkumpul, berdiskusi, ngobrol santai, menghilangkan penat, wawancara, dan minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi yang bermanfaat.

Hadirnya warung kopi ditengah-tengah masyarakat tidak terlepas dari budaya minum kopi. Sebab, salah satu faktor berkembangnya warung kopi selaras dengan perkembangan budaya minum kopi itu sendiri di kalangan masyarakat khususnya di wilayah Sumatera Utara.

Di Indonesia, budaya minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat sejak zaman dahulu kala. Sebab, Indonesia menjadi salah satu negara penghasil biji kopi terbaik di dunia. Beberapa daerah yang terkenal dengan produksi biji kopinya yaitu Aceh, Lampung, Sumatera Utara, Jawa, Ternate, Sulawesi dan Flores. Bahkan, biji-biji kopi terbaik yang berasal dari daerah tersebut banyak diekspor ke luar negeri.

Budaya minum kopi berkembang sejak pertama kali Sistem Tanam Paksa diberlakukan oleh Pemerintah Belanda, mulanya minum kopi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh pemerintah Belanda, namun seiring perkembangannya masyarakat Indonesia pun mulai gemar minum kopi. Baik dengan menyeduhnya sendiri dirumah ataupun dengan mendatangi warung-warung kopi.

Budaya minum kopi pada zaman dahulu dengan budaya minum kopi pada masa sekarang telah mengalami banyak perubahan. Pada awalnya minum kopi biasanya hanya dilakukan oleh orang dewasa hingga usia lanjut dan biasanya didominasi oleh kaum pria akan tetapi dengan perkembangan zaman, saat ini kopi tidak lagi dikonsumsi oleh orang-orang dewasa. Kini hampir semua usia menjadi penikmat kopi, mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula. Bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan

merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari.

Warung kopi tradisional adalah warung kopi yang masih utuh berjalan dari tahun 90-an hingga sekarang. Namun dekorasi tempatnya masih seperti biasa bahkan tidak mewah sama sekali dibandingkan dengan warung kopi modern seperti sekarang (Fikri, 2018). Biasanya warung kopi ini banyak ditemukan di daerah perkampungan atau pedesaan. Namun bukan berarti di daerah perkotaan tidak ditemukan. Di daerah perkotaan warung kopi tradisional juga ada, namun jumlahnya tidak sebanyak warung kopi yang sudah mendapat pengaruh modernisasi. Dan biasanya untuk di daerah perkotaan, letak warung kopi tradisional berada di pinggiran kota. Warung kopi tradisional ini pun tidak terlalu eksis dibandingkan dengan warung kopi modern yang banyak menjamur saat ini (Melni, Hasibuan, & Suharyanto, 2019).

Berbicara mengenai sejarah warung kopi tradisional di kota Medan, maka tidak terlepas dari beberapa kedai kopi legendaris yang ada di kota Medan yakni kedai kopi Apek, Kopi Tiam Ong, Kedai Kopi Kurnia, dan Kedai Kopi Baba. Keempat warung kopi tradisional ini memiliki daya tarik dan ciri khas tersendiri di hati masyarakat, sehingga masih tetap memiliki banyak pengunjung sampai saat ini.



Gambar 1. Suasana Warung Kopi Tradisional



Gambar 2. Suasana Warung Kopi Modern

Warung kopi modern di kota Medan mulai muncul sejak tahun 2000-an dan terus berkembang hingga saat ini. Sedikitnya terdapat 4 faktor yang melatarbelakangi hadirnya warung kopi modern di kota Medan, yaitu: **Pengaruh Kopi Instan.** Kopi instan mulai muncul sejak akhir abad ke-19 yang ditandai dengan munculnya berbagai produk kopi kemasan dalam bentuk sachet ataupun dalam bentuk kaleng. Sidewalk (2019) mengatakan bahwa kopi instan pada awal-awal kemunculannya memiliki *image* dimana warnanya hitam dan bercita rasa *strong* serta *bitter*. Salah satu merk kopi instan yang terkenal pada awal-awal munculnya trend ini yaitu seperti Nescafe dan Kopi Kapal Api. Kepraktisan dalam penyajiannya, menjadikan kopi instan sebagai jembatan pertama untuk orang-orang yang awalnya tidak menyukai kopi mulai mau mencoba minum kopi. Namun lambat laun masyarakat mulai menyadari akan kualitas kopi instan.

Hadirnya Gerai Kopi Starbucks. Starbucks Corporation adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1971 dan berkantor pusat di Seattle, Washington. Pada awalnya, Starbucks didirikan oleh tiga rekanan yaitu Jerry Baldwin seorang guru bahasa Inggris, Zev Siegl seorang guru sejarah dan Gordon Bowker seorang penulis. Saat ini Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia. Inovasi-inovasi terus dilakukan oleh Starbucks untuk memenuhi kepuasan para pelanggannya.

Ngomongin kopi memang tidak terlepas dari hadirnya gerai kopi Starbucks, sebuah *brand* internasional dari Seattle, Amerika Serikat yang dapat dikatakan hingga saat ini menjadi salah satu perusahaan *chain coffee shop* terbesar di dunia. Suka atau tidak suka, dianggap enak atau tidak, faktanya Starbucks Coffee telah memberi pengaruh besar pada dunia kopi Indonesia khususnya kota Medan dan tetap memiliki penggemar dari berbagai kalangan hingga saat ini. Tentu saja dengan hadirnya Starbucks telah mengubah *image* kopi menjadi simbol gaya hidup di dunia modern.

Apabila dibandingkan antara warung kopi tradisional dengan gerai kopi Starbucks yang merupakan gerai kopi modern, maka akan ditemukan banyak sekali perbedaannya. Perbedaan inilah yang pada akhirnya menjadi daya tarik pada masyarakat sehingga merasa nyaman dan senang berlama-lama di warung kopi modern, salah satunya Starbucks. Warung kopi tradisional tidak menyediakan fasilitas yang ada di warung kopi modern. Menu pendamping di warung kopi tradisional tidak bermacam-macam dan cara penyajian kopi yang sangat berbeda (Harahap, and Absah, 2020; Harahap and Absah, 2019).

Nikmatnya Kopi Aceh dan Kopi Khas Sumatera Utara

Kopi lokal Indonesia tak kalah kualitasnya dengan kopi dari negara lain. Bahkan, sudah diakui posisinya sebagai salah satu penghasil kopi terbaik dan terenak di dunia. Hal tersebut tidak terlepas dari peranan tiap daerah yang menjadi sentra perkebunan kopi. Salah satunya yaitu Aceh dan Sumatera Utara. Kedua provinsi ini bahkan memiliki kopi yang sudah mendunia karena cita rasanya.

Untuk kopi Aceh sendiri yang terkenal yaitu kopi Gayo yang berasal dari dataran tinggi Gayo. Sedangkan dari Sumatera Utara sedikitnya ada 4 kopi yang sangat diminati, yakni kopi Lintong yang berasal dari Tapanuli Utara, kopi Mandailing yang berasal dari Mandailing, kopi Sidikalang dan kopi Sipirok. Ternyata dengan menduniannya kopi-kopi yang telah disebutkan di atas memberikan pengaruh terhadap hadir dan berkembangnya warung-warung kopi modern dewasa ini. Rasa penasaran masyarakat terhadap jenis-jenis kopi tersebut kerap kali menjadikannya selalu dicari dan diincar para pecinta dan juga penikmat kopi. Tidak terkecuali para generasi millennial saat ini.

Tabel 1. Daerah-daerah Penghasil Kopi di Wilayah Sumatera Utara

No	Kabupaten	Kecamatan	Jenis Kopi
1	Tapanuli Utara	Pangaribuan	A
		Siborongborong	A
		Pahae	A
		Adiankoting	A
2	Toba Samosir	Balige	A
		Laguboti	A
		Silaen	A
		Lumban Julu	A
3	Samosir	Simanindo	A
		Pangururan	A
		Ronggur ni Huta	A
4	Humbang Hasundutan	Lintong ni Huta	A
		Dolok Sanggul	A
		Saribu Dolok	A
		Tiga lingga	A
5	Simalungun	Simalungun	A
		Dolok Pardamean	A
		Dolok Pangribuan	A
		Paneitonga	A

		Pintu Angin	A
		Girsang Sipangan Bolon	A / R
6	Dairi	Sidikalang	A / R
		Sumbul	A / R
		Buntu Raja	A / R
		Parbuluan	A / R
		Sitinjo	A / R
7	Karo	Tiga Binangah	A / R
		Merek	A / R
8	Mandailing Natal	Penyabungan	A
		Muara Sipangi	A
		Pakantari	A
9	Tapanuli Selatan	Sipangimbar	A
		Mardugu	A
10	Pakpak Bharat	Kerajaan	A

(Sumber: Panggabean, 2019)

Keterangan: A = Arabika R = Robusta

Berdasarkan data tabel 1, diketahui bahwa terdapat 34 kecamatan yang menjadi sentra penghasil kopi di Sumatera Utara. 34 kecamatan tersebut berasal dari 10 kabupaten. 75% dari seluruh sentra penghasil kopi di Sumatera Utara membudidayakan jenis kopi Arabika. Sedangkan sisanya membudidayakan jenis kopi Arabika dan Robusta.

Dengan semakin terkenal dan menduniannya kopi hasil produksi Aceh dan Sumatera Utara ini, penulis melihatnya sebagai salah satu faktor berkembangnya warung-warung kopi modern yang ada di kota Medan. Banyak pengusaha yang kemudian menjadikan kesempatan ini menjadi sebuah peluang usaha. Dimana masyarakat sudah begitu mengenal jenis kopi tersebut dan bahkan tak jarang yang menjadikan kopi sebagai candu. Lalu hadirilah para pengusaha kopi yang memberikan kemudahan kepada para pecinta dan penikmat kopi untuk lebih mudah dalam menikmati secangkir kopi yang diinginkan dengan cara membuka warung, gerai ataupun kedai kopi dengan konsep yang unik dan pastinya dibubuhi dengan nuansa modern.

Gaya Hidup Masyarakat Kota

Hadirnya gaya hidup modern pada masyarakat perkotaan telah melahirkan

kebiasaan-kebiasaan baru dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya yaitu budaya *nongkrong*. Ketertarikan kaum muda terhadap fenomena budaya nongkrong saat ini menjadi salah satu faktor munculnya warung-warung kopi modern di kota Medan. selain itu hadirnya warung-warung kopi bernuansa modern di kota-kota besar lainnya atau bahkan diluar negeri, juga berimbas kepada kuantitas warung kopi modern di kota Medan. Hal ini tidak terlepas dari peran media sosial, internet dan televisi dalam mempromosikan budaya *nongkrong* di warung kopi kepada masyarakat luas. Akhirnya tren ini pun semakin merebak dan banyak diikuti oleh masyarakat luas khususnya masyarakat yang hidup didaerah perkotaan.

Karena itu tidak heran jikalau saat ini banyak kita temukan orang pergi ke warung kopi tetapi bukan untuk minum kopi. Karena konsep warung kopi modern saat ini juga sudah di desain sedemikian rupa agar lebih kekinian dan banyak di minati oleh semua kalangan tidak hanya oleh para pecinta kopi saja (Harahap, and Absah, 2020; Harahap and Absah, 2019). Warung kopi modern bahkan kini telah menjadi tempat ketiga bagi kaum muda untuk menghabiskan waktunya, sebab telah dianggap sebagai tempat yang

mempunyai kelas tersendiri dengan menawarkan suasana yang nyaman, santai, mewah, adanya wi-fi dan fasilitas lainnya yang dapat membuat kaum muda betah berlama-lama di tempat itu.

Perkembangan Warung Kopi Modern di Kota Medan

Sejak tahun 2000-an keatas, warung-warung kopi modern mulai hadir di kota Medan dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini.



Grafik 1. Jumlah Warung Kopi Modern di Kota Medan Setiap Tahunnya. (Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, 2019)

Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang barista sekaligus seorang founder beberapa *coffee shop* di kota Medan diketahui bahwa perkembangan warung-warung kopi modern di Indonesia

khususnya di kota Medan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Hasil wawancara tersebut didukung oleh data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun 2019. Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa terdapat 282 warung kopi modern di kota Medan yang terdata memiliki NPWP saat ini.

Berdasarkan grafik 1, terlihat jumlah pertumbuhan warung kopi modern cenderung mengalami kenaikan dan penurunan di tahun 2006-2013. Pada tahun 2009 sama sekali tidak ada dibuka warung kopi modern baru. Sedangkan dari tahun 2013 hingga tahun 2019 terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dan pertumbuhan warung kopi modern di kota Medan terbanyak terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah 83.

Pergeseran budaya dalam menikmati kopi ini merupakan hal yang wajar. Dan dapat kita lihat bahwa perkembangan fenomena hadirnya warung-warung kopi modern ini cukup menarik. Dulu, orang menikmati kopi dengan cara yang sederhana, yakni hanya dengan menyeduh kopi bubuk dengan air panas, dan hal ini dapat dilakukan sendiri dirumah. Lalu muncul kebiasaan menikmati kopi sambil berkecengkrama bersama teman di warung kopi. Dan saat ini kebiasaan tersebut telah naik tingkat, yakni menikmati secangkir kopi yang diracik langsung oleh para barista profesional di *Coffee shop, cafe* ataupun warung kopi modern dengan pelengkap berupa makanan pendamping dan tempat yang lebih modern.

Tabel 2. Persebaran Jumlah Warung Kopi Modern pada Tiap Kecamatan di Kota Medan

No	Kecamatan	Jumlah Warung Kopi
1	Medan Baru	26
2	Medan Area	15
3	Medan Timur	20
4	Medan Barat	25
5	Medan Polonia	26
6	Medan Sunggal	28
7	Medan Kota	30
8	Medan Marelan	5
9	Medan Petisah	43

10	Medan Johor	14
11	Medan Maimun	15
12	Medan Selayang	20
13	Medan Helvetia	7
14	Medan Deli	2
15	Medan Perjuangan	1
16	Medan Denai	2
17	Medan Tuntungan	1
18	Medan Tembung	1
19	Medan Belawan	1
	Total	282

(Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, 2019)

Berdasarkan observasi yang dilakukan, dari 282 warung kopi modern yang ada di kota Medan sebenarnya dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis yakni mulai dari warung kopi pinggiran, kelas menengah, sampai menengah atas yang sering dijadikan pengusah hingga pejabat sebagai tempat berkumpul sambil menikmati secangkir kopi lengkap dengan sajian menu pendampingnya. Walaupun warung kopi modern yang ada dapat diklasifikasikan kedalam beberapa jenis, namun tidak ada klasifikasi kelas bagi pengunjung warung kopi tersebut. Yang menjadi pembeda hanya dari segi tempat, kenyamanan, harga menu yang disediakan dan fasilitas yang ada. Semua orang atau semua kalangan memiliki hak yang sama untuk menjadi pengguna warung kopi selama ia sanggup membayar sebesar dengan yang ia beli dari warung kopi tersebut.

Kontribusi Warung Kopi modern Sebagai Ruang Publik di Kota Medan

Ruang publik membuktikan bahwa pertukaran informasi oleh para individu penting dan peran ruang publik sebagai wadah atau tempat untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama individu mampu menciptakan karakteristik kehidupan sosial individu.

Konsep tentang ruang publik menurut Jurgen Habermas terdapat dalam karyanya yang berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Perubahan Struktural Ruang Publik:

Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis). Ia menyelidiki akar sosiologis dan historis terbentuknya apa yang saat ini kita kenal dengan *Offentlicheit* atau ruang publik. Ruang publik baginya adalah suatu ruang yang menjembatani antara negara dengan masyarakat sipil. Ruang ini adalah ruang universal, dimana orang-orang berkumpul untuk mendiskusikan apa saja yang perlu didiskusikan (Habermas, 2012).

Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai tempat berkumpulnya orang-orang untuk berdiskusi berdasarkan rasionalitas. Ruang publik besar peranannya dalam sebuah demokrasi, sebab di dalamnya rakyat bebas menyatakan argumen dan sikapnya tanpa ada batasan dan perbedaan apa pun. Habermas juga menambahkan bahwa ruang publik tersebut harus bebas dari intervensi dan ketidaktransparan serta terbebas dari unsur politik dan "permintaan pasar" (Monalusia, 2014).

Berdasarkan teori ruang publik dari Jurgen Habermas diatas yang menjelaskan mengenai konsep ruang publik yaitu sebuah ruang tempat berdiskusi yang mandiri dan tidak terikat oleh negara ataupun pasar, hal ini sejalan dengan interaksi yang terjadi pada warung kopi modern. Dimana tidak terdapat dominasi kelas terhadap interaksi dan diskusi yang terjadi di warung kopi modern. Setiap orang dengan latar belakang yang berbeda-beda memiliki hak yang sama untuk datang dan berdiskusi di warung kopi modern selama ia mampu membayar sesuatu yang

ia konsumsi di warung kopi tersebut. Negara juga tidak ikut campur dengan diskusi-diskusi yang terjalin di setiap warung kopi modern. Artinya setiap orang bebas berdiskusi, bercerita dan mengeluarkan pendapat.

Berdasarkan sumber literatur, hasil wawancara diatas, dan observasi yang telah dilakukan, sedikitnya ada 6 kontribusi hadirnya warung kopi modern sebagai ruang publik terhadap masyarakat di kota Medan.

Tempat Ngopi. Menikmati secangkir kopi saat ini tidak hanya sekedar sebagai penambah semangat dan pengusir rasa kantuk, menikmati kopi kini sudah menjadi budaya di beberapa kalangan masyarakat. Terutama untuk mereka para pecinta kopi. Dalam pemilihan tempat untuk *ngopi* biasanya mereka akan mempertimbangkan dari segi citarasa kopi yang disediakan.

Tempat Bertemu Teman Relasi Bisnis. Tidak jarang para pelaku bisnis melakukan pertemuan dengan para klien mereka di warung kopi. Sehingga banyak pertemuan-pertemuan yang terjadi di warung kopi modern yang menghasilkan kesepakatan bisnis. Suasana yang tidak terlalu formal, santai, nyaman, serta adanya pelayanan dari para pegawai ataupun para barista, menjadi alasan dipilihnya warung kopi modern sebagai ajang pertemuan bisnis yang sedang mereka perbincangkan. Biasanya jenis warung kopi yang sering dijadikan tempat untuk bertemu teman bisnis adalah warung kopi yang lebih high class, tempatnya yang lebih nyaman, mewah, santai dan tidak terlalu berisik, contohnya seperti Starbucks Coffee.

Tempat Ngerjakan Tugas. Akan banyak kita temukan warung-warung kopi bernuansa modern di daerah sekitar kampus di kota Medan. contoh kecilnya saja di sekitaran kampus Universitas Sumatera Utara dan Universitas Negeri Medan. Berjejer warung kopi hadir dan letaknya saling berdekatan bahkan beberapa ada yang tetangga dengan nama yang berbeda-beda. Warung kopi yang ada di

sekitaran kampus ini menjadi sebuah alternatif untuk para mahasiswa. Dimana dapat menjadi tempat meluangkan waktu dari rutinitas yang padat dan tak jarang menjenuhkan ketika di dalam kampus. Dan yang lebih populer, warung kopi sering dijadikan tempat diskusi dalam mengerjakan tugas-tugas ataupun skripsi. Dengan berdiskusi di warung kopi sambil menyeruput secangkir pekat ini dapat menghadirkan sebuah inspirasi tersendiri.

Tempat Rapat. Beberapa warung kopi kini sudah banyak tersebar kesejumlah tempat di kota Medan, seperti di pusat perbelanjaan, sekitaran perkantoran, sekitaran kampus, pusat kota, dan pinggiran kota. Sehingga saat ini sangat mudah untuk menemukannya dan menjadikannya tempat rapat, baik itu sesama pengusaha, para pegawai kantoran, mahasiswa bahkan khalayak umum.

Tempat Perayaan. Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak manusia yang tertarik pada hal-hal yang bersifat praktis. Bukan hal yang baru lagi warung kopi modern dijadikan sebagai tempat merayakan suatu acara perayaan. Seperti, acara ulang tahun, anniversary, syukuran selesai wisuda, dan acara perayaan-perayaan lainnya.

Tempat Nongkrong. *Nongkrong* adalah istilah yang digunakan untuk berkumpul bersama teman-teman di suatu tempat. Melibatkan pembicaraan berbagai macam hal, mulai dari hal yang sepele sampai dengan pembicaraan yang serius.

Seiring dengan perkembangan kota yang semakin pesat, menjadikan masyarakat membutuhkan tempat sekedar untuk melepas kepenatan dalam rutinitas. Hadirnya warung kopi menjawab kebutuhan akan sebuah ruang yang bisa digunakan untuk bertemu kawan berdiskusi atau memperbincangkan berbagai hal dengan cukup ditemani secangkir minuman favorit dalam suasana yang nyaman.

SIMPULAN

Hadirnya warung kopi modern di kota Medan tidak dilatar belakangi hanya dari satu faktor. Sedikitnya ada 4 faktor yang melatar belakangi, yakni pengaruh kopi sachet, menduniannya gerai kopi starbucks, nikmatnya cita rasa kopi khas Sumatera Utara dan Aceh, dan pengaruh gaya hidup masyarakat kota. Sejak tahun 2000-an, warung kopi modern terus berkembang dan mengalami peningkatan jumlah yang signifikan di kota Medan. Hadirnya warung kopi modern juga memberikan kontribusi yang lebih untuk penggunaannya, yakni sebagai tempat ngopi, rapat, bertemu teman bisnis, tempat mengerjakan tugas, tempat perayaan dan sebagai tempat nongkrong.

DAFTAR PUSTAKA

- Arvian, Y., (2018). *Kopi: Aroma, Rasa, Cerita*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Faisal, A., (2018). Warung Kopi, Media dan Konstruksi Ruang Publik di Makassar, *Journal Communication Spectrum*, 7 (2): 190-225.
- Fikri. (2017). *Perbedaan Antara Warung Kopi Tradisional dengan Warung Kopi Modern*. Diunduh di <https://steemit.com/fiction/@fikri/perbedaan-antara-warung-kopi-tradisional-dengan-warung-kopi-modern-2017927t14414242z> tanggal 12 Januari 2020.
- Gumulya, D., & Helmi, I.S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia, *Jurnal Dimensi*, 13 (2): 153-172.
- Habermas, J. (2012). *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Terjemahan Yudi Santoso. Bantul: Kreasi Wacana.
- Hamdan, D & Aries, S., (2018). *Coffee: Karena Selera Tidak Dapat Diperdebatkan*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Harahap, R.H., and Absah, Y. (2020). *Coffee shop Business Analysis in Supporting Economic Development in Medan City*. Talent Development & Excellence, 12(1)
- Harahap, R.H., and Absah, Y., (2019). Analysis of Coffee Shop in Medan. ICOSOP, Page 2015-212.
- Hati, D.A.L. (2017), Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Bara Bandung, *Skripsi*. Universitas Telkom Bandung.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda, *Jurnal Thaqafiyat*, 13 (1): 187-204.
- Majalah Swasembada. (1995). *Galeria di Yogyakarta*, Edisi No. 1, tahun XII.
- Martono, N. (2014). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Melni, A., Hasibuan, E.Y. & Suharyanto, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran @Lapo Mandailing Coffee Pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(1) 2019: 12-17
- Moleong, L.J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monalusia, S. (2014). *Mengkritisi Konsep ruang Publik Habermas*. Diunduh di <https://nasional.sindonews.com/berita/927896/149/mengkritisi-konsep-ruang-publik-habermas> tanggal 12 Januari 2020.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Panggabean, E. (2019). *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Pramita, D.A & Pinasti, I.S. (2016). Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta, *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5 (6): 1-12.
- Saadah, A. (2017). *Menemukan Ruang Publik Politis di Kedai Kopi*. Diunduh di <https://kumparan.com/aef-nandi-setiawan/menemukan-ruang-publik-politis-di-kedai-kopi> tanggal 20 Januari 2020.
- Said, I. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern, *Jurnal Al-Khitabah*, 3 (1): 33-47.
- Shobrianto, A. (2019). *Warung Kopi, Ruang Publik Tanpa Dominasi Kelas*. Diunduh di <https://geotimes.co.id/opini/warung-kopi-ruang-publik-tanpa-dominasi-kelas/> tanggal 20 Januari 2020.
- Sidewalk, W. (2019). *Barista #Nocingcong*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Utami, R. (2018). *Fenomena "Coffee Shop" Sebagai Tempat Nongkrong Kawula Muda*. Diunduh di <https://www.kompasiana.com/rieska55343/5bf18a37aeebe14f0d778b15/fenomena-coffee-shop-sebagai-tempat-nongkrong-baru-kawula-muda> tanggal 12 Januari 2020.