

# **WARONG KUPI SEBAGAI PUBLIC SPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP SOCIAL MOVEMENT MASYARAKAT DI KABUPATEN ACEH BARAT**

**Saiful Asra, M. Soc. Sc  
Yudhi Fahrimal, M. I. Kom**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teuku Umar

Email: saifulasra82@gmail.com

## **Abstract**

*This study aims to find out how the representation of Warong KUPI as a Public Sphere among the people of West Aceh District. Using a qualitative approach based on constructivist paradigm, this research would like to find out how the subjective meaning of representation warong kUPI in aceh and its relation with social movement of society. The object of research studied in this research is coffee shop as public sphere facility itself and involving parties that have been determined by base method in writing this research. The results obtained from this research is Warong kUPI ultimately became the arena of discourse various themes of conversation. The topics of KUPI warong talks became very diverse ranging from politics, social, economic, and so forth. However, the political theme dominates the discourse of warong kUPI in Aceh Barat. This is due to the interest of the people of West Aceh on the political theme, although in contrast not all West Aceh people boast of their political literacy level.*

*Keyword :: Public Sphere, Warong KUPI, Politic of Representation.*

## **1. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Bagi masyarakat Aceh khususnya masyarakat di Kabupaten Aceh Barat *Warong KUPI* menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dan menyatu menjadi elemen budaya. *Warong KUPI* mawujud sebagai sarana interaksi sosial masyarakat. *Warong KUPI* menjadi tempat “penjamuan resmi” tamu dan teman yang datang berkunjung hal ini dikarenakan fungsinya sebagai tempat penyedia wisata kuliner. Bahkan dalam era ke-kinian, *Warong KUPI* menjadi ikon dan *branding* bagi Aceh, sehingga memunculkan pameo “Ke Aceh wajib *Ngopi*”.

Mereka yang datang ke *Warong KUPI* memiliki latar belakang yang beragam berdasarkan status ekonomi, pekerjaan, bahkan agama. *Warong KUPI* tidak hanya menawarkan sajian kopi khas Aceh dan panganan seperti kue dan nasi saja. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informatika, *Warong KUPI* di Aceh juga menyediakan fasilitas televisi dan *wifi*. Melalui penambahan fasilitas *wifi* membuat orang-orang dapat mengakses informasi melalui internet. Dengan karakteristik kecepatan dan interaktifitas yang dimiliki oleh internet berdampak pada semakin dinamisnya arena diskursif masyarakat di *Warong KUPI*. Artinya, topik pembicaraan tidak hanya seputar

masalah pribadi, ekonomi, dan agama namun juga menjurus kepada masalah-masalah pemerintahan dan politik baik tingkat lokal, nasional, bahkan internasional.

Hal yang menarik dari *Warong Kupa* bukanlah penampilan secara fisik melainkan isi perbincangan dari setiap peserta yang datang (Longgeita Br. Pinem, 2013). *Warong Kupa* menjadi tempat produksi, reproduksi, dan pertarungan wacana. Di *Warong Kupa*, interaksi masyarakat dilakukan melalui pertukaran simbol-simbol. Simbol-simbol dirangkai dalam sebuah wacana yang menghegemoni, sehingga dalam perbincangan di *Warong Kupa* peserta merasa tidak sadar bahwa pikiran dan sikapnya sedang digiring kepada satu sikap tertentu.

Peserta yang ikut berdiskusi di *Warong Kupa* disatukan *sense of belong*, yaitu, perasaan yang dipersatukan oleh kepentingan, *interest*, dan kebutuhan sehingga pada akhirnya tercipta satu isu bersama dan kesatuan tekad untuk menciptakan *social movement*. Biasanya *social movement* efektif berlaku bagi isu-isu seputar politik, pemerintahan, dan ketimpangan ekonomi yang diciptakan oleh rezim. Namun, untuk konteks Kabupaten Aceh Barat sedikit lebih unik. Isu-isu sedikit lebih dinamis, perbincangan *Warong Kupa* didominasi oleh topik seputar *corporate social responsibility* (CSR) dan transaksi Batu Akik (*Agate*). Topik ini muncul mengingat di Kabupaten Aceh Barat telah berdiri sebanyak 13 (tiga belas) perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan, pertambangan, jasa, dan perbankan. Total dana CSR yang tersedia dari seluruh perusahaan untuk tahun 2015 adalah sejumlah Rp34 milyar ([acehbaratkab.go.id/07](http://acehbaratkab.go.id/07) Februari 2015).

Sebagai sarana produksi dan reproduksi wacana, *Warong Kupa* memegang peran sentral mengikuti pemikiran Jürgen Habermas sebagai *public sphere*. Konseptualisasi *public sphere* secara umum merupakan ranah publik yang merujuk kepada gagasan “keruangan” yang menyediakan arena terbuka atau forum yang kurang lebih otonom untuk debat publik. Akses untuk ruang ini bebas dan adanya jaminan terhadap kemerdekaan berkumpul, berserikat, dan berpendapat (McQuail, 2011). Sejalan dengan meningkatnya intensitas diskusi dan berjalannya waktu, proses-proses yang terjadi di dalam ruang publik nantinya akan memengaruhi kebijakan-kebijakan politik di masyarakat melalui pembentukan opini publik. Melalui opini publik, pada akhirnya tercipta sebuah gerakan sosial (*social movement*) di masyarakat. *Social movement* merupakan respon dari gejala sosial yang ada. Gejala-gejala sosial itu bisa berupa kebijakan pemerintah atau kondisi sosial dan agama masyarakat. Gerakan sosial dimaksudkan bisa sebagai mendukung atau mengkritisi kebijakan pemerintah.

Dalam hal inilah penelitian ini mendapatkan signifikansinya. Keberadaan *Warong Kupa* sebagai bagian dari tradisi dan budaya masyarakat Aceh, khususnya di Aceh Barat membuat peran *Warong Kupa* sebagai sarana produksi wacana mendapatkan tempat untuk berkembang. Penelitian ini akan mengkaji peran *Warong Kupa* sebagai ruang publik dimana berbagai elemen berinteraksi dan menciptakan satu isu bersama sehingga melahirkan sebuah gerakan sosial (*social movement*) yang berguna bagi masyarakat Aceh Barat.

### **Rumusan Masalah**

Masalah utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *Warong Kupa* sebagai *public sphere* dan pengaruhnya terhadap *social movement* melalui produksi wacana masyarakat di Kabupaten Aceh Barat, dengan indikator pertanyaan:

1. Bagaimana representasi *Warong Kupa* sebagai *publicsphere* bagi masyarakat di Kabupaten Aceh Barat?
2. Bagaimana peran *Warong Kupa* terhadap *social movement* masyarakat di Kabupaten Aceh Barat?
3. Bagaimana proses produksi wacana oleh masyarakat di *Warong Kupa*?

## **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah melihat representasi *warong kopi* di Aceh Barat sebagai *publicsphere* sebagaimana konsep yang jelaskan oleh Habermas. Pada tahap selanjutnya akan dilihat pula keterkaitan antara *warong kopi* dengan gerakan sosial di masyarakat Aceh Barat. Untuk membatasi ruang lingkup masalah yang dikaji, maka akan dijabarkan tujuan khusus dari riset ini, yaitu:

1. Menganalisis makna *warong kopi* bagi masyarakat Aceh Barat.
2. Menganalisis peran *warong kopi* sebagai bagian *publicsphere* dan relasinya dengan gerakan sosial masyarakat.
3. Menganalisis dinamika produksi dan reproduksi wacana pada kalangan komunitas *warong kopi* di Aceh Barat.

## **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan pemikiran dan dialektika kajian ruang publik (*publicsphere*) khususnya dalam kaitannya dengan warung kopi. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sintesa bagi pemahaman publik terhadap makna kehadiran warung kopi bagi masyarakat Aceh khususnya masyarakat Aceh Barat. Manfaat lain yang diharapkan lahir dari riset ini adalah terakomidirnya suara dan kepentingan politik masyarakat bawah –mayoritas anggota warung kopi –dalam kebijakan yang dibuat oleh pemerintah.

## **2. LITERATUR REVIEW**

### **Konsep *Public Sphere* Jurgen Habermas**

Kajian mengenai *public sphere* telah menjadi pembahasan utama dalam berbagai literatur politik, komunikasi, sosiologi, dan budaya kontemporer. Diskursus *public sphere* menjadi sangat digemari oleh karena kemampuan konsep ini merekam “ke-ada-an” individu dan merekatkannya dengan lingkungan sosial dimana individu tersebut hidup dan berkembang. Kemunculan terminologi *publicsphere* sendiri tidak dapat dilepaskan dari penggagas kajian ini, seorang filsuf berkebangsaan Jerman, bernama Jurgen Habermas.

Dalam perspektif Habermas, *public sphere* dimaknai sebagai “ruang” di mana setiap individu dapat masuk dan turut serta dalam percakapan tanpa tekanan dari pihak lain. Habermas mengatakan bahwa *public sphere* merupakan suatu wilayah kehidupan sosial kita dimana apa yang disebut opini publik terbentuk. Akses kepada ruang publik terbuka bagi semua warganegara. Sebagian dari ruang publik terbentuk dalam setiap pembicaraan di mana pribadi-pribadi berkumpul untuk membentuk suatu “publik”. Bila publik menjadi besar, komunikasi ini menuntut suatu sarana untuk diseminasi dan pengaruh; zaman sekarang surat kabar dan majalah, radio dan televisi menjadi media ruang publik (Kim dan Kim, 2008).

Habermas mengemukakan teori mengenai ruang publik demokratis tersebut dalam bukunya *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1962). Habermas menandai perkembangan ruang publik pada abad ke-17 dan ke-18 serta kemundurannya pada abad kedua puluh. Dalam karyanya tersebut, Habermas mengajukan “*the project of Enlightenment*” (proyek pencerahan) dengan merekonstruksi ruang publik yang demokratis di mana alasan

yang mungkin menang adalah bukan alasan instrumental seperti yang halnya dipraktekkan di masa modern melainkan alasan kritis yang mewakili tradisi demokratis terbaik. Ia mendefinisikan ruang publik “*as a domain of uncoerced conversation oriented toward a pragmatic accord*” (Habermas, 1962, trans. Burger 1989).

Secara sejarah versi pertama dari ranah atau ruang publik terutama lahir diwakili oleh kedai kopi pada abad ke-18 atau kelompok debat di mana partisipan aktif di kehidupan politik bertemu, berdiskusi, dan membentuk proyek politik. Peranan pentingnya adalah untuk mengawasi pemerintah atas opini publik yang disiarkan dan berpengaruh. Alat utama komunikasinya adalah melalui percakapan pribadi secara langsung, perkumpulan publik, dan media cetak skala kecil (McQuail, 2011). Sebagai konsep ruang publik, Habermas berpendapat:

*“Sehubungan dengan penjajahan di ruang publik oleh pasar yang penting, apa yang saya pikirkan adalah (bahwa) ... di bawah tekanan pemilik saham yang haus akan keuntungan yang tinggi, campur tangan terhadap kepentingan fungsional dari ekonomi pasar ke dalam ‘logika internal’ dari produksi dan presentasi pesan yang membawa pada kesalahan pada penetapan yang tersembunyi dari satu kategori komunikasi terhadap kategori yang lain: isu wacana politik menjadi berasimilasi dan terserap ke dalam model dan konteks hiburan. Selain personalisasi, dramatisasi peristiwa, penyerderhanaan masalah yang rumit, dan polarisasi yang gamblang atas konflik yang mempromosikan privatisasi sipil dan emosi anti-politik.”* (Habermas, 2006)

Dalam konstruksi pemikiran Habermas, ruang publik adalah bagian dari masyarakat warga (*civil society*). Masyarakat warga (*civil society*) dipahami sebagai masyarakat otonom yang mempunyai hak untuk menentukan diri dan mengorganisasi diri, maka ruang publik dipahami sebagai kondisi yang memungkinkan bagi masyarakat untuk turut berpartisipasi. Ruang publik itu sendiri kiranya dapat dipahami sebagai kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan dialog rasional (Kushendrawati, 2011).

Dalam penelitian Habermas mengenai bangkitnya demokrasi, konsep ruang publik sebenarnya bisa ditelusuri mulai dari tradisi Yunani Klasik. Dalam zaman ini, ruang publik (yang menjadi lawan dari ruang privat atau *oikos*) adalah “ruang” bagi setiap pribadi untuk berusaha memenuhi kebutuhan atau kepentingan pribadinya. Dalam tradisi negara polis seperti Yunani saat itu, ruang publik memang baru dibatasi hanya bagi warga negara yang bebas atau warga polis. Ruang publik identik dengan diskusi-diskusi terbuka. Realisasi keberadaan ruang publik pada masa Yunani klasik adalah *agora*, dimana ia menjadi tempat cerdas pandai berkumpul membicarakan berbagai masalah bersama.

Ruang publik terkadang diidentikkan dengan dunia politik, dalam arti bahwa topik yang paling krusial dibicarakan adalah masalah-masalah politik atau masalah-masalah yang berhubungan dengan kepentingan umum. Dalam ruang publik tidak dikehendaki adanya eksklusivitas atau ketertutupan. Karakteristik yang paling menonjol dalam ruang publik berlangsungnya tindakan komunikatif antar anggota masyarakat. Ruang publik menjadi sarana dimana diskursus diproduksi dan direproduksi oleh anggota yang terlibat. Dalam konsep Habermas, aksi-aksi politik yang dihasilkan dari ruang publik merupakan aksi-aksi yang kemudian diperhatikan oleh pihak pengambil keputusan.

### **Teori Social Movement**

*Social movement* atau gerakan sosial merupakan suatu organisasi informal yang mungkin mencakup unit-unit yang terorganisasikan secara formal yang bertujuan mencapai tujuan-tujuan tertentu (Soekanto, 1993). Gerakan sosial seperti kerusuhan pemberontakan,

sektarisme dapat diklasifikasikan sebagai gerakan keagamaan karena gejala-gejala tersebut pada umumnya cenderung untuk berhubungan dengan gerakan-gerakan yang diilhami oleh agama atau menggunakan cara-cara agama untuk mewujudkan tujuan-tujuan mereka. Kebanyak pergolakan cenderung memiliki segi-segi yang bercorak keagamaan (Kartodirjo, 1992 dalam Simanjuntak, 2005).

Gerakan sosial pada dasarnya dapat dianggap sebagai proses dinamika intern dalam masyarakat-masyarakat lokal dan regional. Orang masuk menjadi anggota suatu gerakan sosial karena terpicat oleh kemungkinan perubahan tiba-tiba dalam kehidupannya. Suatu gerakan sosial dapat dijadikan alat pembawa perubahan (Simanjuntak, 2005).

Sebagai aktivitas yang berhubungan langsung dengan masyarakat, gerakan sosial menjadi tindakan kolektif yang terorganisir dan ditujukan sebagai bentuk transformasi struktur sosial. Menurut Eisentadt (1986) setidaknya ada empat bentuk gerakan sosial, yaitu:

1. Gerakan yang berorientasi pada pencapaian umum yang tidak secara langsung berhubungan dengan kepentingan konkret suatu kelompok artikulasi tertentu, melainkan mengetengahkan diterapkannya prinsip-prinsip keadilan yang lebih luas.
2. Gerakan pembaharuan yang mengubah kelembagaan politik sentral; misalnya, perluasan hak pilih pada kelompok khusus.
3. Gerakan ideologis, yakni, gerakan totalitas yang biasanya mengarah pada pengembangan segenap masyarakat atau pemerintahan yang benar-benar baru.

Proses gerakan sosial dapat dipahami sebagai proses yang luar biasa, kasar, dan merupakan gerakan terpadu. Sebab-sebab gerakan sosial tidak hanya dipahami sebagai peristiwa kontemporer atau manifestasi frustrasi marginal atau kegelisahan saja. Gerakan sosial dapat terjadi karena berbagai pergeseran (anomali) sosial atau ketimpangan yang fundamental terutama perjuangan antar-elite, maupun konflik golongan yang lebih dalam dan menyebar luas (Simanjuntak, 2005).

Salah satu ilmuwan tahap awal mempelajari tentang *social movement* adalah Hebert Blumer, yang mengidentifikasi siklus hidup gerakan sosial dalam empat tahap. Keempat tahap tersebut digambarkan dalam adanya gejolak sosial, kegembiraan populer, formalisasi, dan pelembagaan (De la Porta & Diani 2006). Pada tahap selanjutnya, tahap-tahap ini telah berganti istilah namun tema dasar tetap cenderung konstan. Saat ini ke-empat tahap ini dikenal sebagai (Christiansen, 2009):

1. Tahap *Emergence*, tahap pertama dari siklus hidup gerakan sosial ini dikenal seperti apa yang dikatakan Blumer, sebagai panggung "gejolak sosial" (De la Porta & Diani, 2006). Dalam tahap ini, gerakan-gerakan sosial tidak terorganisasikan dengan baik. Jika pun ada sifatnya sangat sedikit. Tahap ini juga dianggap sebagai meluasnya ketidakpuasan (Macionis, 2001 dan Hopper, 1950). Gerakan sosial berlangsung dari adanya rasa tidak senang terhadap kebijakan atau kondisi sosial, tetapi mereka cenderung pasif dan tidak mengambil tindakan apapun untuk memperbaiki keluhan mereka.
2. Tahap *Coalescence*. Pada tahap ini, gerakan sosial telah mengatasi beberapa kendala yang banyak yang tidak pernah diatasi. Seringkali, kerusuhan sosial atau ketidakpuasan lewat tanpa pengorganisasian atau mobilisasi luas.
3. Tahap *Bureaucratization*. Tahap ini, didefinisikan oleh Blumer sebagai "formalisasi," (De la Porta dan Diani, 2006) ditandai dengan tingkat yang lebih tinggi dari organisasi dan strategi berbasis koalisi. Dalam tahap ini, gerakan

sosial telah memiliki beberapa keberhasilan bahwa mereka telah meningkatkan kesadaran bahwa strategi terkoordinasi diperlukan di semua aspek.

4. Tahap *Decline*. Tahap terakhir dalam siklus hidup gerakan sosial adalah penurunan, atau "pelembagaan." Penurunan tidak berarti kegagalan bagi gerakan sosial sekalipun. Sebaliknya, Miller (1999) berpendapat, ada empat cara di mana gerakan sosial dapat menurun, yaitu, Represi, Kooptasi, Sukses, dan Kegagalan.

## Konsep Wacana

Konsep wacana tidak bisa dilepaskan dari pemikiran sentral Michel Foucault (1972, 1979, 1980, 1990) yang melihat realitas sosial sebagai arena diskursif (*discursive field*). Foucault mengatakan bahwa setiap masa memiliki padangan yang berbeda, atau susunan konseptual yang menentukan sifat pengetahuan dalam masa tersebut. Karakter pengetahuan dalam masa tersebutlah yang dikatakan Foucault sebagai *epstem* atau *formasi diskursif*. Pandangan masing-masing masa bersifat eksklusif dan tidak sesuai dengan pandangan dari masa-masa yang lain, menjadikannya tidak mungkin bagi manusia dalam suatu masa untuk berpikir layaknya manusia dari masa yang lain (Littlejohn dan Foss, 2011).

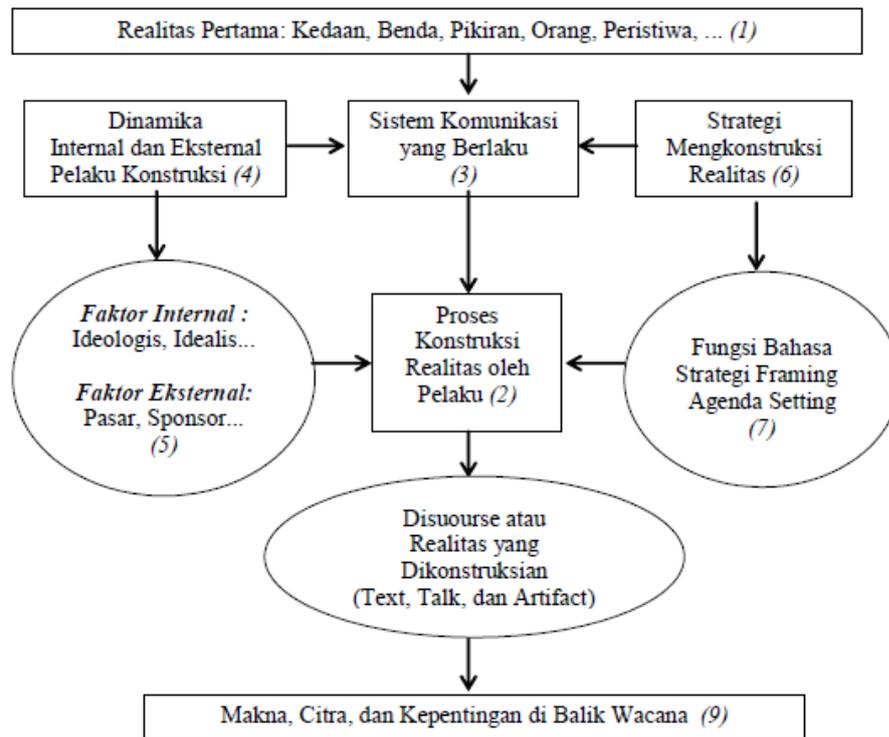
*Epistem* atau cara pikir tidak ditentukan oleh manusia, tetapi susunan diskursif utama pada saat itu. Susunan diskursif ini merupakan cara-cara mengungkapkan gagasan yang ditanamkan, dan apa yang manusia ketahui tidak dapat dipisahkan dari susunan wacana yang digunakan untuk mengungkapkan pengetahuan tersebut. Menurut Foucault, wacana mencakup naskah tertulis, tetapi juga mencakup bahas lisan dan bentuk-bentuk non-verbal (Littlejohn dan Foss, 2011).

Dari pemikiran Foucault, wacana menjadi wilayah kompetisi dimana institusi yang diorganisasikan serta proses-proses sosial diberi makna dalam cara-cara yang khas. Merujuk pemahaman tersebut, wacana dimaknai sebagai cara yang tersedia untuk berbicara dan menulis guna menghasilkan makna dimana kekuasaan ikut beroperasi di dalamnya guna menghasilkan dampak tertentu (Weedon, 1987). Dalam terminologi Foucault, di dalam setiap wacana selalu melekat kekuasaan (*power*) dan pengetahuan (*knowledge*).

Menurut Foucault (1979), kekuasaan (*power*) selalu berimplikasi pada pengetahuan (*knowledge*). Begitupun sebaliknya, tidak ada pengetahuan yang tidak berkorelasi dengan kekuasaan. Bagi Foucault (1980), tidak ada pengetahuan yang dapat dibentuk tanpa sistem komunikasi, akumulasi, serta pengorganisasian catatan yang tidak lain merupakan bentuk kekuasaan yang memiliki koherensi dengan bentuk-bentuk kekuasaan lainnya.

Hal terpenting yang patut dicatat dalam memahami wacana adalah beroperasinya proses inklusi/eksklusi. Formasi wacana untuk tidak pernah merupakan sekedar urutan pernyataan sebagaimana lazimnya ditemukan dalam pemahaman klasik kita tentang gagasan, buku, sekolah dan sebagainya. Dalam setiap wacana selalu ada sistem yang mengorganisasikan pengetahuan (dan karena itu "kebenaran", dan karena itu pula "realitas sosial") dalam sebuah hierarki. Susunan hierarki inilah yang secara sistematis menempatkan apa-apa saja yang dianggap patut –tak patut, benar-salah, betu-keliru ke dalam makna-makna partikular menurut definisi dan aturan yang beroperasi dalam wacana itu (Sparingga, 1997).

Dalam pandangan Hamad (2006) bahwa komunikasi yang terjadi dalam ruang publik dilakukan dalam rangka menciptakan "realitas lain" atau realitas kedua melalui pembentukan sebuah wacana sebagai "pengganti" dari realitas atau kenyataan pertama. Cara yang ditempuh dalam pembentukan wacana itu adalah suatu proses yang disebut sebagai konstruksi realitas.



**Gambar 1. Proses Konstruksi Realitas Melalui *Discourse***

Berdasarkan penelitian Hamad (2004) dinyatakan bahwa proses konstruksi realitas oleh pelaku (2) dimulai dengan adanya realitas pertama berupa keadaan, benda, pikiran, orang, peristiwa, dan sebagainya (1). Secara umum, sistem komunikasi adalah faktor yang memengaruhi sang pelaku dalam membuat wacana. Dalam sistem komunikasi libertarian, wacana yang terbentuk akan berbeda dalam sistem komunikasi yang otoritarian. Secara lebih khusus, dinamika internal dan eksternal (4) yang mengenai diri si pelaku konstruksi tentu saja sangat mempengaruhi proses konstruksi. Ini juga menunjukkan bahwa pembentukan wacana tidak berada dalam ruang vakum. Pengaruh itu bisa datang dari pribadi si pembuat dalam bentuk kepentingan ideologis, ideologis, dan sebagainya maupun dari kepentingan eksternal khalayak sasaran sebagai pasar, sponsor, dan sebagainya (5).

Untuk melakukan konstruksi realitas, pelaku konstruksi memakai suatu strategi tertentu (6). Tidak terlepas dari pengaruh eksternal dan internal, strategi konstruksi ini mencakup pilihan bahasa mulai dari kata hingga paragraf; pilihan fakta yang akan dimasukkan/dikeluarkan dari wacana yang populer disebut strategi *framing*, dan pilihan teknik yang menampilkan wacana di depan publik atau teknik *agenda setting* (7). Selanjutnya, hasil dari proses ini adalah wacana (*discourse*) atau realitas yang dikonstruksikan (8) berupa tulisan, ucapan, atau artefak. Oleh karena *discourse* yang terbentuk ini telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, kita dapat mengatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan (9).

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berparadigma konstruktivistik, yaitu, sebuah paradigma yang meyakini bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia di mana mereka hidup dan bekerja (Lincoln *et al*, 2011; Mertens, 2010). Individu-individu ini selalu berusaha untuk

mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman-pengalaman mereka. Dalam paradigma konstruktivistik, peneliti berupaya merekam sebanyak mungkin pandangan-pandangan individu (objek) penelitian dan bagaimana individu tersebut memberikan makna atas semua realitas dan pengalaman subjektif yang mereka alami (Cresswel, 2014).

Metodologi yang peneliti pilih untuk merekam makna subjektif representasi *warong kupa* dan relasinya dengan gerakan sosial masyarakat adalah metodologi kualitatif dengan tipe *narrative research*, metodologi ini mengharuskan peneliti untuk mempelajari kehidupan individu-individu dan meminta seseorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka (Riessman, 2008). Informasi ini kemudian dikonstruksi kembali oleh peneliti dalam kronologi naratif melalui komparasi dan mencari titik temu antara pengalaman informan dengan pengalaman peneliti (Cresswel, 2014).

Teknik utama yang dipakai dalam pengumpulan data ini adalah teknik wawancara. Wawancara dilakukan dalam dua metode, yaitu, mewawancarai individu-individu dan melaksanakan wawancara melalui *focus group discussion*. Hal ini dilakukan untuk mendialogkan beragam pengalaman individu dan membanding data personal dan data kelompok yang sesuai dengan tujuan penelitian.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### **Representasi Warong Kupa Sebagai Public Sphere**

Geliat masyarakat Aceh khususnya masyarakat Aceh Barat meminum kopi semakin meningkat, apa lagi pasca-gempa dan tsunami menerjang Aceh. Proses modernisasi *warong kupa* pun semakin terlihat. Namun, minum kopi semacam menjadi “ritual wajib” bagi masyarakat Aceh. Masyarakat Aceh dapat menghabiskan waktu sehari suntuk untuk menikmati kopi di *warong kupa*. Hal ini secara kasat mata terlihat tidak produktif, mengingat waktu yang dihabiskan hanya untuk minum kopi. Dalam pandangan masyarakat Aceh hal ini justru punya makna lain. Seperti yang dikatakan oleh Informan 1 (budayawan Aceh Barat) sebagai berikut:

*“warong kupa itu semacam rumah kedua bagi masyarakat Aceh. Di sini mereka bisa menikmati kopi yang memang kesukaannya. Tapi yang paling penting adalah mereka bisa mempererat silaturahmi. Semua orang ada di warong kupa. Dari latar belakang yang berbeda. Mulai pejabat daerah, tukang becak, anggota dewan, dosen, mahasiswa.” (Wawancara, 5 Maret 2016)*

Esensi *warong kupa* bagi masyarakat Aceh Barat tidak hanya sekedar tempat menikmati minuman kopi, namun lebih dari itu di *warong kupa* mereka bisa menyambung silaturahmi dengan teman-teman dan sahabat. Tamu-tamu yang berasal dari luar daerah pun mereka jamu di *warong kupa*. Hal ini menjadi semacam ritual “wajib” bagi setiap tamu yang berkunjung dari luar kota.

*Warong kupa* telah menjadi simbol budaya, sekaligus identitas kolektif sebuah masyarakat di Aceh (khusus Aceh Barat). Tak berlebihan, jika harian Kompas (2011) pernah menulis “*Aceh Negeri 1001 Warung Kopi*,” untuk menegaskan vitalnya keberadaan warung kopi di sana. *Warong kupa* memiliki ikatan yang kuat dengan masyarakat Aceh (khususnya laki-laki). Untuk melihat kekuatan ini, seorang Pahlawan Nasional berasal dari Meulaboh, Teuku Umar Johan Pahlawan dalam satu rencana penyerangan ke benteng Belanda pernah berujar, “*Singoh beungoh geutanyoe akan ta jiep kupa di Meulaboh, atawa lon akan syahid*” (red-Besok kita akan minum kopi di kota Meulaboh atau saya akan syahid). Namun, sayangnya hal ini tidak pernah terjadi karena Teuku Umar tertembak di Pantai Suak Indrapuri dalam perjalanannya dan pasukan menuju benteng Belanda.

Dari aspek historis, tradisi minum kopi di Aceh sudah ada sejak masa kerajaan Islam Aceh. Sebagian sejarawan meyakini tradisi ini merupakan budaya impor dari Dinasti Turki Usmani (Khalifah Islamiyah) yang saat itu juga memiliki tradisi yang sama (Cowan, 2005; Zed, 2010; Yoffie dan Bijlani, 2013).

Kita ketahui bahwa Kerajaan Islam Aceh Darussalam dahulu memiliki hubungan yang sangat erat dengan kekhalifahan Islam Turki Usmani, hubungan erat ini pula yang akhirnya menyebabkan terjadinya asimilasi (percampuran) budaya. Tradisi minum kopi masyarakat Aceh di era sekarang ini merupakan bagian dari pertemuan Aceh dengan peradaban lama Turki Usmani yang Islam ketika itu, maka sangat relevan bila kemudian saya memiliki inisiatif bagaimana agar pengaruh dari tradisi minum kopi di Aceh kita kembalikan ruhnya sebagai titik tolak bagaimana melihat peradaban Aceh masa depan berkaca pada peradaban awal Aceh yg telah bersentuhan dengan Turki Usmani sebagai 'Kekhalifahan Islam' di masa lalu (Ried, 2005; Graf *et al*, 2010)

Dengan demikian, tradisi minum kopi dengan segala topik komunikasinya mestinya bisa diarahkan ke dalam wacana peradaban impian Aceh di masa depan dengan tetap berlandaskan pada frame (kerangka) dasar nilai-nilai Islam. Hal ini tentu sangat mudah dilakukan, mengingat fasilitas warung kopi di Aceh yang semakin lengkap setelah mayoritas warung kopi di Aceh menyediakan fasilitas internet (WiFi) gratis bagi para pelanggan yang dengannya berbagai informasi penting bisa sangat mudah dan cepat didapatkan. Dengan ini, remaja-remaja Islam di Aceh bisa melihat dunia dari meja warung kopi. Mereka juga tidak memiliki kendala jika hendak beribadah di warung kopi, sebab, meskipun saat ini warung kopi di Aceh didirikan jauh dari mesjid namun disana menyediakan mushalla. Begitu juga diskusi-diskusi yang sangat berkembang disana mestinya bisa lebih terarah ke hal-hal yang positif dan produktif, jadi warung kopi bukan lagi sebatas tempat nongkrong menghabiskan waktu pada hal-hal yang tidak bermanfaat tanpa makna yang bahkan justru akan menyemarakkan Aceh sebagai serambi Mekah yang sedang membangun peradaban Islam baru.

Jumlah pengunjung *warong kopi* setiap hari selalu banyak. Masyarakat Aceh dapat menghabiskan waktu hampir 24 jam di *warong kopi*. Melihat kondisi ini tidak jarang kritik dilontarkan oleh berbagai pihak, salah satunya adalah Prof. Dr. Farid Wajdi, MA, Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Menurut Prof. Farid, Aceh sedang dilanda bencana yang lebih besar dari ledakan bom atom Horoshima dan Nagasaki, karena generasi muda Aceh kini hanya menghabiskan waktu di warung kopi.

*“Di dunia ini hanya di Aceh yang 80 persen generasi muda menghabiskan waktu di warung kopi siang dan malam. Ini musibah yang lebih besar dari bom atom di Jepang.” (Serambi Indonesia, 22 Maret 2016)*

Pernyataan Prof. Farid tersebut lantas saja mendapat protes keras dari “penghuni” warung kopi. Bagi para pemrotes, kehidupan di warung kopi bukanlah kehidupan sederhana dan tidak seperti pernyataan Prof. Farid. Seperti yang dikemukakan oleh Informan 4 (wartawan salah satu media nasional).

*“saya hidup di warung kopi karena memang di sini sekretariat kami (baca: media). Di warung kopi kami banyak mendapat informasi tentang peristiwa hari ini. Apa lagi warung kopi menyediakan fasilitas wifi yang memudahkan kami untuk mengirim berita ke kantor yang di Jakarta dengan cepat. Jadi, tidak ada alasan orang-orang memandang sinis kami. Mereka tidak tahu apa yang kami kerjakan” (Wawancara, 3 April 2016)*

Hal yang sama juga dikatakan oleh Informan 7 yang masih menjadi mahasiswa di salah satu perguruan tinggi di Meulaboh. Menurutnya, warong kopi telah banyak membantu dia dalam mengerjakan tugas. Dengan fasilitas yang dimiliki warong kopi, mahasiswa dapat dengan mudah mempelajari berbagai hal yang terkait dengan tugas-tugas mata kuliah. Di samping itu, mahasiswa juga menggunakan warong kopi sebagai tempat diskusi berbagai hal dari mulai politik, sosial, ekonomi, bahkan hal remeh temeh. Namun, Informan 7 sepakat jika sebagai mahasiswa tidak boleh menghabiskan waktu 24 jam di warong kopi mengingat ada tugas lain yang masih menjadi tanggung jawab mahasiswa seperti kuliah.

Untuk melihat representasi warong kopi sebagai public sphere secara komprehensif, maka peneliti menganggap penting untuk melakukan pemetaan topik-topik yang menjadi diskursus dalam warong kopi. Namun, sebelumnya, peneliti akan memaparkan tipe warong kopi. Hal ini penting dilakukan karena –perbedaan tipe warong kopi akan berhubungan dengan topik yang dibicarakan oleh pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap warong kopi di Kota Meulaboh, terdapat tiga tipe warong kopi di Meulaboh, yaitu, (1) Warong kopi tradisional. (2) Warong kopi semi-modern; (3) Warong kopi modern. Warong kopi tradisional merupakan warong kopi yang mempertahankan konsep tradisional, seperti bangunan yang masih menggunakan papan dan kayu, atap menggunakan seng atau daun rumbia, serta cara penyajian kopi yang masih tradisional. Warong kopi tipe ini biasanya didominasi oleh pengunjung laki-laki. Tipe ini bisa dijumpai di warong kopi di sekitar wilayah Suak Ribee.

Warong kopi semi-modern. Tipe ini telah memodifikasi tampilan warong kopi-nya. Seperti telah memasang wireless fidelity (WiFi) dan desain yang sudah sedikit modern dengan tidak lagi ber dinding kayu atau papan. Di sini pengunjung sudah sedikit beragam, meskipun masih terlihat dominasi laki-laki. Di samping itu, jenis pekerjaan seperti wartawan dan mahasiswa lebih banyak memanfaatkan tipe warong kopi ini mengingat kepentingan mereka terhadap akses internet dan harga yang murah.

Warong kopi modern merupakan tipe warong kopi yang secara total menerapkan konsep modernitas di warong kopi-nya. Selain memasang WiFi, warong kopi modern tidak lagi menggunakan teknik menyaring saat membuat kopi seperti lazimnya di warong kopi tradisional dan semi-tradisional. Di warong kopi modern, penyajian kopi sudah menggunakan mesin Drill kopi. Di samping itu, makanan yang disajikan juga sudah beragam dan modern. Tipe Warong kopi seperti ini lebih banyak dikunjungi oleh anak-anak muda yang lebih suka dengan suasana dan view bagus untuk berfoto. Pengunjung warong kopi modern ini juga sudah sangat beragam, terkadang didominasi oleh perempuan.

Pasca-tsunami, kebiasaan warong kopi bukan lagi menjadi hak dominasi laki-laki. Musibah gempa dan tsunami telah ikut mengubah tatanan sosial dan budaya masyarakat Aceh (Shah dan Cordozo, 2014; Marthoenis et al, 2016). Hal yang paling tampak adalah dari kebiasaan para perempuan Aceh duduk di warong kopi. Dalam perspektif public sphere dan gender, keberadaan perempuan ini dianggap sebagai sebuah bentuk egaliter sebagaimana konsep public sphere. Tidak adanya lagi dominasi satu pihak (baca: laki-laki) di warong kopi. Kehadiran warong kopi modern telah pula menyingkap ketabuan yang sejak turun temurun dipelihara oleh masyarakat Aceh bahwa perempuan “haram” duduk di warong kopi (Tifferet et al, 2013).

Fenomena perempuan di *warong kopi* memperlihatkan bahwa pemaknaan dan konstruksi perempuan dilakukan secara serempak oleh kebudayaan, pasar dan agama. Ketiga kekuatan tersebut secara serempak menunjukkan supremasi dan penguasaan atas perempuan melalui kepemimpinan politik, modal dan moral. Ketiganya saling berkontestasi dalam kepentingannya untuk menguasai perempuan. Kontestasi dihadirkan melalui proses mempertautkan konstruksi dan reinterprestasinya dalam representasi, lihat

saja dalam beragam imaji visual *warong kupa*, perempuan hanya hadir di *warong kupa* yang telah berhasil merepresentasi kemodern, bukan kedai kopi yang masih sebagai simbol konservasi tradisi. Representasi ini yang kemudian menjadi arena pertarungan antara modal, pasar dan negara. Instabilitasnya tetap terjaga karena kepentingan dalam satu kepentingan, menjadi alat untuk melanggengkan otoritasnya dan laki-laki atas perempuan Aceh. Namun, kontesasi ketiganya selalu dinamis, tidak ada satu pihak yang bertahan dalam posisi dominan yang stabil.

Informan 12 seorang mahsiswi di salah satu perguruan tinggi di Meulaboh mengatakan bahwa ia memilih warong kupa tertentu sebagai tempat “nongkrong” dengan teman-temannya. Faktor pemilihan warong kupa ini didasarkan pada suasana yang nyaman, memiliki spot foto yang indah dan menarik, memiliki makanan yang variatif, serta harga yang terjangkau. Ditambahkan oleh Informan 12 bahwa ketersediaan jaringan WiFi menjadi alasan lainnya ia dan teman-temannya duduk di warong kupa.

Pemilihan warong kupa modern oleh para perempuan juga disebabkan oleh tidak banyaknya laki-laki yang “nongkrong” di tempat tersebut. Hal ini diungkapkan oleh Informan 13 bahwa mereka merasa risih jika banyak pengunjung laki-laki di warong kupa. Biasanya laki-laki lebih memilih “ngopi” di warong kupa tradisional atau semi-tradisional karena suasana yang lebih santai dan dapat duduk selama berjam-jam. Berbeda dengan perempuan, mereka lebih tertarik duduk di warong kupa yang punya suasana yang private.

Setelah memetakan tipe warong kupa di Meulaboh, peneliti akan mendeskripsikan keberagaman topik yang menjadi wacana pengunjung warong kupa di meulaboh. Berdasarkan observasi berperan serta yang peneliti lakukan, maka didapatkan bahwa topik yang dibicarakan oleh pengunjung warong kupa tidaklah monoton. Sifat dari topik ini adalah dinamis dalam arti bahwa topik-topik ini tidak terlebih dahulu terencana untuk dibicarakan, melainkan mengalir begitu saja mengikuti dinamika diskusi pesertanya. Bisa saja topik yang berawal dari ekonomi akan berakhir pada aspek agama.

Berdasarkan analisis naratif yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa banyak hal yang dibicarakan ketika para peserta atau pengunjung warong kupa berkumpul di satu meja. Bisa jadi topik antar-meja pun berbeda. Interaksi ini sebenarnya tanpa disadari mengandung pesan-pesan sosial yang bersifat positif. Adapun topik-topik yang sering dibicarakan di *warong kupa* adalah:

1. Agama dan Kepercayaan. Topik seputar agama ada dalam diskusi *warong kupa* hal ini karena masyarakat Aceh Barat yang mayoritas beragama Islam menyadari pentingnya aspek agama dalam kehidupan sehari-hari. Diskusi mengenai topik agama ini pun bisa dalam berbagai dimensi. Tidak seperti ceramah di mesjid-mesjid atau *meunasah* Aceh pada umumnya. Diskusi ke-agamaan di *warong kupa* lebih menyentuh pada aplikasi agama terhadap kehidupan bermasyarakat. Para pengunjung *warong kupa* bisa saja berdiskusi dengan merespon berbagai hal namun tetap mengaitkannya dengan agama. Mereka membahas bagaimana kehidupan beragama mereka kedepannya agar lebih baik lagi dan lain sebagainya.
2. Politik, Sosial, dan Ekonomi. Masyarakat Aceh Barat adalah masyarakat yang melek politik-sosial-ekonomi. Bisa saja ini dipengaruhi oleh keberadaan beberapa perguruan tinggi di Aceh Barat. Banyak kajian telah menempatkan bahwa keberadaan perguruan tinggi atau lembaga pendidikan di suatu daerah akan meningkatkan aspek kepekaan masyarakat pada kondisi politik, sosial, dan ekonomi. Di *warong kupa* pembahasan mengenai politik, sosial, ekonomi berlangsung secara dinamis. Beragam perdebatan bisa muncul ini. Suatu gagasan bisa dibantah dengan tegas oleh seseorang atau kelompok lainnya. Bahkan gerakan sosial masyarakat banyak dibentuk di diskusi *warong kupa*.

Wacana-wacana seputar pemutasian pejabat, korupsi, dana CSR, konflik agraria masyarakat dan perusahaan kepala sawit, dan lain sebagainya menghiasi diskusi *warong kupa*.

3. Teknologi Informasi dan Komunikasi. Teknologi tidak bisa dipisahkan dengan manusia, banyak hal yang bisa kita lakukan dengan teknologi, bisa untuk sarana informasi dan komunikasi juga, semuanya tidak terlepas dari teknologi. Hal ini juga sering dibicarakan ketika para pengunjung seperti wartawan dan mahasiswa datang ke *warong kupa*. Sambil menikmati secangkir kopi, terkadang ide-ide tulisan muncul, mereka menganggap kopi adalah sumber inspirasi.
4. Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan. Mahasiswa sepulang kuliah dan “ngopi” bersama teman-temannya di *warong kupa* sering kali membahas mata kuliah yang tadi diajarkan oleh dosen, tidak lepas dari kewajiban mereka untuk melanjutkan pendidikan. Mereka bisa membuat kegiatan ”ngopi” yang lebih bermanfaat seperti belajar santai sambil “ngopi”.
5. Hobi dan Seni. Hobi dan seni juga sudah menjadi rutinitas sehari-hari, pada saat “ngopi”, masalah hobi dan seni juga tidak luput dibicarakan. Seperti hobi musik, memodif sepeda motor, dan menggambar. Para pengunjung biasanya saling bertukar pendapat tentang dunia otomotif khususnya sepeda motor.
6. Hal-hal remeh temeh. Dalam hal ini para pengunjung biasanya membicarakan kondisi lingkungan sekitar yang sifatnya remeh temeh, seperti perempuan, fashion, keamanan, cuaca, dan lain sebagainya. Sistem keamanan perumahan tempat tinggalnya yang kurang ketat dan mereka berencana untuk memberikan masukan yang lebih baik kepada satpamnya. Cuaca sekarang yang sering panas dan tiba-tiba mendung lalu turun hujan tidak luput dari pembicaraan mereka, saling mengingatkan agar menjaga kesehatan dan tiba-tiba ada “cewek” yang melintas dan berganti lagi tema pembicaraan tentang wanita idaman mereka masing-masing begitu seterusnya, tema sosial yang mereka bicarakan selalu berganti secara spontan tergantung siapa yang memulai pembicaraan

**Tabel 2. Karakteristik Warong Kupa dan Pengunjung Warong Kupa di Kabupaten Aceh Barat**

No	Tipe Warong Kupa	Karakteristik	Karakteristik Pengunjung
1	Tradisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain <i>warong kupa</i> menggunakan papan dan kayu.</li> <li>• Menyeduh kopi menggunakan saringan.</li> <li>• Kudapan tradisional.</li> <li>• Tanpa WiFi.</li> <li>• Harga murah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Didominasi laki-laki</li> <li>• Latar pekerjaan beragam</li> <li>• Latar pendidikan beragam</li> <li>• Diskusi topik politik, sosial, dan agama</li> </ul>
2	Semi-modern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain <i>warong kupa</i> semi permanen</li> <li>• Menyeduh kopi menggunakan saringan</li> <li>• Ada fasilitas WiFi dan TV</li> <li>• Kudapan tradisional</li> <li>• Harga murah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Didominasi laki-laki</li> <li>• Latar pekerjaan (wartawan, aktivis sosial, dan mahasiswa)</li> <li>• Diskusi dengan topik (politik,</li> </ul>

			sosial, agama, budaya, lingkungan)
3	Modern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bangunan permanen</li> <li>• Ornamen indah untuk spot foto</li> <li>• Kudapan modern dengan menu beragam</li> <li>• Fasilitas WiFi, TV, Live Music, <i>Game arena</i></li> <li>• Harga relatif mahal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengunjung beragam (laki-laki dan perempuan)</li> <li>• Latar pekerjaan mahasiswa dan pelajar</li> <li>• Diskusi tentang lingkungan sekitar</li> </ul>

Sumber: diolah dari hasil penelitian, 2016

Dalam budaya masyarakat Aceh, *warong kopi* hadir sebagai representasi *publicsphere* sebagai mana yang dikemukakan oleh Habermas (2006). Bagi kebanyakan masyarakat Aceh Bara memandang *warong kopi* sebagai sarana atau tempat melakukan interaksi sosial. Melalui media secangkir kopi, mereka dapat berdiskusi berpanjang lebar, membuang waktu luang, merancang gerakan, atau hanya sekedar bersilaturahmi antar-sesama teman dan kerabat.

Dalam konteks ke-kini-an, latar belakang jenis kelamin dan pekerjaan menjadi kabur dan sangat luntur bagi pengunjung *warong kopi*. Jika dalam masyarakat tradisional Aceh dahulu, hanya kaum Ayah dan laki-laki saja yang dianggap berhak duduk dan menikmati kopi di *warong kopi*. Anak perempuan atau kaum ibu dianggap “haram” untuk duduk sekedar menikmati kopi di *warong kopi*. Hal ini menjadikan *warong kopi* sebagai ruang publik yang egaliter.

Penting pula di-ingat sebuah konsep egaliter yang lebih esensial dari pemikiran Habermas, yaitu, egaliter dalam kesamaan hak untuk berbicara tanpa dominasi dan intervensi. Artinya, setiap orang memiliki hak yang sama dalam berkomunikasi di ruang publik. Melihat fenomena yang terjadi pada *warong kopi* di Meulaboh, bahwa sikap egaliter wacana ini tidak muncul. Kalau pun muncul hanya ketika adanya kesamaan latar belakang peserta diskusi, seperti sama-sama mahasiswa, sama-sama aktivis, atau sama-sama perempuan. Jika dalam diskusi terlibat seseorang yang ditokohkan oleh peserta lainnya atau setidaknya dianggap “senior” maka konsep egaliter ini tidaklah mewujudkan. Dominasi “senioritas” dan tokoh menyelimuti diskursus di *warong kopi*.

*Warong kopi* tidak hanya mampu menjadi ruang publik bagi masyarakat Aceh Barat, jika kita tarik lebih jauh *warong kopi* menjema menjadi sebuah komoditas dalam perilaku konsumerisme global. Pemikiran ini berdasarkan pada fenomena dunia yang sedang menggandrungi kopi sebagai sebuah gaya hidup. Dalam politik ekonomi global, sesuatu yang dapat menjadi komoditi dan dibutuhkan oleh masyarakat serta mampu mendulang keuntungan yang besar akan diproduksi terus menerus.

Melihat budaya di *warong kopi* dalam perspektif budaya konsumerisme, konsumsi tidak lagi diartikan semata sebagai satu lalu lintas kebudayaan benda, akan tetapi menjadi sebuah panggung sosial yang didalamnya makna-makna sosial diperebutkan, di dalamnya pula terjadi perang posisi di antara anggota-anggota masyarakat yang terlibat (Piliang, 2011) . Dalam konteks inilah, duduk di *warong kopi* menjadi sebuah budaya dan gaya hidup. Tren minum kopi atau *nongkrong* di *warong kopi* menjadi rutinitas “wajib” oleh masyarakat Aceh Barat, khususnya para aktivis, mahasiswa, dosen, agamawan, bahkan elite politik lokal. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh George Ritzer (2006) bahwa *warong kopi* sama dengan cafe dan restoran cepat saji merupakan bentuk hegemoni kaum kapitalis (pemilik modal), hanya saja untuk konteks lokal konsep yang dikemukakan

oleh Ritzer ini masih terbuka untuk diperdebatkan. Namun, esensi dari pergeseran gaya hidup, khususnya di *warong kupa* modern telah menjadikan masyarakat sebagai konsumen yang perlu dipenuhi hasrat dan keinginannya.

Melihat esensi *warong kupa* di masyarakat Aceh Barat, maka laiklah kita menyebut *warong kupa* sebagai *publicsphere*. *Warong kupa* bukan hanya ruang fisik, melainkan suatu ruang sosial yang diproduksi oleh tindakan komunikatif. *Warong kupa* menjadi ruang dimana masyarakat terlibat dalam deliberasi dialogal mengenai isu-isu publik. Di samping itu, *warong kupa* menjadi arena dimana masyarakat melakukan pembicaraan yang “tak terikat secara institusional”. Melalui dialog-dialog dan pertukaran wacana di *warong kupa*, individu mengaitkan apa yang ada dalam dirinya dengan apa yang ada dalam publik (masyarakat) dimana ia berada. Pembicaraan sehari-hari di *warong kupa* bahkan menjembatani ranah politik dengan ranah private.

### **Warong Kupa dan Gerakan Sosial Masyarakat**

Bagi masyarakat Aceh Barat, minum kopi di *warong kupa* menjadi budaya dan rutinitas yang sulit untuk dilepaskan. Di *warong kupa* berbagai tema diskursus dibicarakan. Di *warong kupa* pula sebuah gerakan masyarakat dirancang untuk merespon suatu realitas. Bagaimana gerakan sosial ini mewujud dari *warong kupa*?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari berbagai tema yang dibicarakan di *warong kupa*, tema politik-lah yang paling banyak menjadi wacana. Seakan adegium bahwa manusia sebagai *zoon politicon* mendapatkan tempatnya di *warong kupa* ini. Bagi komunitas di *warong kupa*, berbicara politik membuat kopi semakin nikmat untuk diminum. Pembicaraan politik menjadi sangat cair dan seolah mudah dicerna oleh mereka. Pembicaraan politik ini melampaui batas-batas pekerjaan dan latar pendidikan. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa seorang tukang becak bisa saja berbicara politik dengan berapi-api memakai perspektifnya. Lantang suaranya mengalahkan seorang mahasiswa yang notabenehnya –meminjam istilah Gramsci (2013)– sebagai intelektual organik.

Jika kebanyakan dialog di *warong kupa* hanya berakhir ketika masing-masing individu berpamitan untuk pulang, atau dalam tahap yang paling ekstrim tidak ada tindak lanjutnya. Berbeda dengan komunitas *warong kupa* di Aceh Barat. Isu-isu sosial dan politik di respon dengan sangat baik, bahkan menghadirkan pihak yang langsung terkait dengan isu tersebut.

Dalam observasi yang peneliti lakukan, suatu komunitas mahasiswa terlibat diskusi dengan perwakilan Serikat Buruh guna merespon Pemberhentian Hak Kerja (PHK) secara sepihak para buruh perusahaan tambang batubara yang beroperasi di Meulaboh. Dari arah dialog yang peneliti terlibat di dalamnya, dapat disimpulkan bahwa mereka akan melakukan aksi demonstrasi untuk menyatakan sikap penolakan atas PHK yang dijalankan oleh perusahaan.

Dalam sebuah wawancara, Informan 2 seorang aktivis yang bekerja di suatu lembaga swadaya masyarakat (LSM) mengatakan bahwa meskipun *warong kupa* menjadi tempat strategis untuk menghimpun kekuatan guna melakukan gerakan sosial, namun untuk isu-isu sensitif tidak mungkin dilakukan di *warong kupa*.

*“Memang warong kupa menjadi tempat yang enak untuk ngobrol-ngobrol mengenai isu politik. Kadang-kadang kami juga merancang aksi di warong kupa. Tapi kadang untuk isu-isu yang sensitif, yang menyangkut perlunya keamanan diri, kami ndak bicara di warong kupa. Biasa banyak intel yang duduk di warong kupa.”*  
(wawancara, 18 April 2016)

Seturut dengan apa yang dikemukakan oleh Informan 2 tersebut, maka gerakan sosial yang dihadirkan di *warong kupa* merupakan gerakan sosial sebagai politik perlawanan (Tarrow dalam Suharko, 2006). Gerakan sosial seperti ini terjadi jika rakyat biasa, sering bergabung dengan para warga yang lebih berpengaruh, menggalang kekuatan untuk melawan para elite, pemegang otoritas, dan pihak-pihak lawan lainnya. Perlawanan seperti ini biasanya muncul ketika kesempatan dan hambatan politik tengah berubah dan menciptakan dorongan bagi aktor-aktor sosial yang kurang memiliki sumberdaya pada dirinya sendiri. Ketika perlawanan didukung oleh jaringan sosial yang kuat, serta digaungkan oleh resonansi kultural dan simbol-simbol aksi, maka politik perlawanan mengarah ke interaksi yang berkelanjutan dengan pihak-pihak lawan.

Gerakan sosial masyarakat dalam terminologi politik perlawanan ini terjadi sebagai refleksi atas sikap dan aksi kolektif. Aksi kolektif ini bisa mewujudkan ketika orang-orang di *warong kupa* mengidektikkan tujuan individu menjadi tujuan bersama. Musuh individu menjadi musuh bersama. Dengan menciptakan musuh bersama ini, secara cepar sebuah gerakan sosial sebagai politik perlawanan mewujudkan.

Masyarakat Aceh Barat yang dinamis, lebih peka terhadap perkembangan isu-isu politik. Para intelektual seperti mahasiswa juga tidak mau kalah mengambil bagian dalam proses diskusi di *warong kupa*. Mereka menjadi kaum pandit yang memahami teori dan mencoba mencari lahan “praktik” dalam menghimpun kekuatan menolak setiap penyelewengan wewenang oleh elite. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Informan 3 (seorang mahasiswa) bahwa ia senang terlibat dalam diskusi di *warong kupa*. Dalam diskusi itu ia dapat mengemukakan berbagai pendapatnya terhadap suatu isu. Di samping itu ia dapat mengonstruksi ulang realitas dari informasi yang diterima dalam diskusi tersebut.

*“aku sering ikut diskusi di warong kupa. Kadang kami rancang aksi di warong kupa. Misalnya kayak kemarin, kami demo di DPRK waktu peringatan Hari Buruh, itu kan kami rancang aksinya di warkop.... enak di warkop, banyak orang-orang aktivis yang kita kenal. Banyak ilmu juga dibagi sama orang tu.” (Wawancara, 3 Mei 2016)*

Dalam setiap gerakan sosial di masyarakat Aceh Barat, mahasiswa lebih banyak terlibat baik sebagai aktor intelektual yang merancang aksi, sebagai koordinator aksi, atau bahkan sebagai pelaksana aksi. Gerakan yang mereka lakukan tidak jarang pula berakhir dengan pembakaran ban mobil. Bagi mahasiswa yang berdemonstrasi, mereka mendapat kepuasan bathin karena menganggap telah membantu dan berbuat untuk masyarakat luas yang ditindas oleh negara.

Gerakan sosial di *warong kupa* ini terbentuk berdasarkan pola partisipasi dan kesukarelaan peserta dialog. Tanpa partisipasi dan kesukarelaan sangat mustahil dapat terwujud sebuah gerakan sosial. Isu-isu politik yang banyak didiskusikan oleh pengunjung *warong kupa* telah membantuk sebuah *public opinion*. Opini publik ini sangat berguna dalam mengonstruksi realitas dan kepentingan bersama. Opini publik bermain dalam aras afektif atau sikap. Jika sikap masyarakat telah tersentuh, maka dalam praktiknya akan sangat mudah menggerakkan masyarakat untuk melakukan politik perlawanan.

Satu hal yang menjadi temuan menarik dalam riset ini adalah gerakan sosial masyarakat di Aceh Barat lahir dari rahim politik identitas. Politik identitas ini berkaitan dengan kesadaran masing-masing individu masyarakat tentang kedudukan mereka sebagai bagian objek penindasan. Mahasiswa dan aktivis menggunakan politik identitas ini untuk mempersatukan masyarakat dalam gerakan.

Politik identitas ini tidak selama mengandung makna yang baik. Dalam kondisi tertentu seperti gerakan sosial yang sarat kepentingan tertentu, penggunaan politik identitas ini dapat menjebak masyarakat sebagai objek politisasi. Namun, masyarakat Aceh Barat yang awam belum mampu melihat dan menganalisis kondisi “permainan” ini. Hal ini dapat disebabkan oleh masih minimnya literasi politik masyarakat Aceh Barat khususnya bagi orang-orang yang berada dalam perekonomian menengah ke bawah. Masyarakat dalam golongan ekonomi ini menjadi objek politisasi karena ketidaktahuannya terhadap dinamika politik yang berkembang. Oleh karenanya, literasi politik perlu digalakkan bagi masyarakat Aceh Barat sehingga tidak mudah dipolitisi dalam politik identitas.

## 5. KESIMPULAN

*Warong kupa* menjadi salah satu tempat atau sarana yang penting bagi masyarakat Aceh Barat. *Warong kupa* bukan hanya merepresentasikan kebiasaan masyarakat Aceh Barat, namun telah menjadi budaya yang sangat melekat dalam kehidupan mereka. Berbagai bentuk kegiatan dan aktivitas dapat terjadi di *warong kupa*. Hal ini terjadi dikarenakan telah terjadi pergeseran makna pada fungsi tempat *warong kupa*. *Warong kupa* tidak hanya menjadi ranah domestik bagi laki-laki, telah menjadi sarana bagi kaum perempuan untuk mengaktualisasikan diri mereka sebagai bagian dari manusia modern.

*Warong kupa* juga menjadi arena diskursus beragam tema pembicaraan. Topik-topik pembicaraan *warong kupa* sangat beragam mulai dari politik, sosial, ekonomi, dan lain sebagainya. Namun, tema politik lah yang mendominasi diskursus *warong kupa* di Aceh Barat. Hal ini disebabkan oleh ketertarikan masyarakat Aceh Barat terhadap tema politik, meskipun secara kontras tidak semua masyarakat Aceh Barat membanggakan tingkat literasi politiknya.

Sebagai *public sphere*, *warong kupa* telah hadir dalam menjamin kebebasan perilaku, tindakan, dan refleksi mandiri masyarakat Aceh Barat. Mereka tidak terkungkung oleh kondisi materiil dan jaringan-jaringan kekuatan negara. Kondisi ini sangat ideal bagi menciptakan *civil society* dalam komunitas lokal.

Diskursus politik ini telah berhasil dimanfaatkan oleh masyarakat Aceh Barat dalam melahirkan sebuah gerakan sosial. Meskipun gerakan sosial tidak serta merta lahir dari masyarakat karena masih adanya pengaruh mahasiswa dan aktivis yang membangkitkan identitas dalam melawan musuh bersama. Namun, sikap permisif masyarakat Aceh Barat untuk mau terlibat dalam gerakan sosial patut diberi penghargaan. Hal ini berarti masyarakat Aceh Barat menyadari akan pentingnya perjuangan bagi kemerdekaan mereka dari penindasan negara melalui aparatusnya.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Acehbaratkab.go.id. 2015. *Dana Tjslp/ Csr Perusahaan Tahun 2015 di Kabupaten Aceh Barat*. Diakses tanggal 15 April 2015, pukul 09.15 WIB.
- Christiansen, Jonathan. 2009. *Four Stages of Social Movements*. EBSCO Research Starters: EBSCO Publishing Inc.
- Cowan, Brian William. 2005. *The Social Life of Coffee: the Emergence of the British Coffeehouse*.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fourth Edition)*. Thousand Oak-CA: SAGE Publication.
- Eisenstad, S.N. 1986. *Revolusi dan Transformasi Masyarakat*. Jakarta: Rajawali.

- De la Porta, D. dan Diani, M. 2006. *Social movements: An introduction (2nd Ed)*. Malden MA: Blackwell Publishing.
- Dryzek, John S. 1990. *Discursive Democracy: Politics, Policy, and Political Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gee, James Paul. 2000. *An Introduction to Discourse Analysis; Theory and Method*. London- New York: Routledge.
- Graf, A., Schroter, S., Wieringa, E. 2010. *Aceh: History, Politics and Culture*. ISEAS–Yusof Ishak Institute.
- Habermas, Jurgen. 2006. *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research*. *Communication Theory*. Vol. 16 (4), hal. 411-426.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategorisasi Masyarakat Bourjuis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik di Media Massa; Sebuah Study Critical Discourse Analysis*. Jakarta: Granit.
- \_\_\_\_\_. 2006. Komunikasi Sebagai Wacana. *Jurnal Mediator*, Vol. 7, No. 2.
- Lincoln, Y.S., Lynham S. A., dan Cuba E.G. 2011. *Paradigmatic Controversies, Contradictions, and emerging Confluences Revisited*. Dalam N.K. Denzin dan Y.S. Lincon. *The SAGE Handbook of Qualitative Research (Edisi ke-4)*. Thousand Oak-CA: SAGE Publication.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi* (Penj. M. Yusuf Hamdan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Longgeita Br. Pinem, Milda. 2013. *Kedai Kopi: Ruang Publik Strategis Bagi Masyarkat di Tanah Karo, Sumatera Utara*. *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 4, No. 2, hal. 1-18.
- Marthoenis, M., M.Kes, D.S.Y., Aichberger, M.M.C., Schouler-Ocak, M.M. 2016. *Mental Health in Aceh - Indonesia: A Decade after the Devastating Tsunami 2004*, *Asian Journal of Psychiatry*.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* (Penj. Putri Iva Izzati). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mertens, D.M., 2010. *Research adn Evaluation in Education and Psycology: Integrating Diversity with Quantitative, Qualitative, and Mix Methods (Edisi ke-3)*. Thousand Oak-CA: SAGE Publication.
- Miles, M.B dan Huberman, A.M. 2001. *Analisis Data Kualitatif* (Penj. Tjetjep Rohendi). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Pinem, Milda Longgeita Br. 2013. *Kedai Kopi: Ruang Strategi Bagi Masyarakat Tanah Karo, Usmatera Utara*. *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 4, No. 2.
- Reid, Anthony. 2005. *Asal Mula Konflik Aceh: Dari Perebutan Pantai Timur Sumatera hingga Akhir Kerajaan Aceh Abad ke-19*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Riessman, C.K. 2008. *Narative Methods for the Human Science*. Thousand Oak-CA: SAGE Publication.
- Ritzer, Geroqe. 2006. *McDonalization: The Reader*. London: Pine Forge Press.

- Simanjuntak, Peninna. 2005. *Gerakan Sosial Sebagai Peristiwa Sejarah. Jurnal Historisme Edisi No. 21, hal. 46-55.*
- Shah, Ritesh dan Mieke Lopez Cardozo. 2014. *Education and Social Change in Post-Conflict and Post-Disaster Aceh, Indonesia. International Journal of Educational Development 38.*
- Soekanto, Soerjono. 1993. *Kamus Sosiologi.* Jakarta: Grafindo Persada.
- Suharko. 2006. Gerakan Sosial Baru di Indonesia: Repertoar Gerakan Petani. *Journal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 10, Nomor 1.*
- Tifferet, Sigal, Neta Shani, dan Haim Cohen. 2013. Gender Differences in The Status Consumption of Coffee. *Human Ethology Bulletin 28 (2013):3.*
- Weedon, C. 1987. *Feminist Practice and Poststructuralist Theory.* Oxford: Basil Blackwell.
- Yoffie, David B dan Bijlani, Tanya. 2013. "Coffee Wars in India: Cafe Coffee Day Takes on the Global Brands". *Journal Harvard Business School, August 8.*
- Zed, Mestika. 2010. Dilema Ekonomi Melayu: Dari Melayu Kopi Daun Hingga Kapitalisme Global. *TINGKAP Vol. VI, No. 2.*