

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pemikiran dan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti untuk dapat menentukan cara berkomunikasi serta memahami fenomena budaya ngopi yang dilakukan guna menjadi sarana media dalam berinteraksi sosial yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas ushuludin adab dan dakwah (FUAD) di IAIN Tulungagung yaitu dengan menganalisa kebiasaan-kebiasaan yang selalu dilakukan oleh mahasiswa.

Pelaksanaan proses analisis yang dilakukan dalam penyusunan laporan penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi di lapangan secara langsung dengan mahasiswa IAIN Tulungagung. Alat pendukung yang dibutuhkan selama penelitian seperti alat perekam dan pedoman wawancara. sebagai pegangan awal dalam melakukan wawancara yang kemudian dikembangkan secara mendalam setelah di lapangan. Adapun informasi yang ditentukan peneliti untuk dijadikan objek tanya jawab guna memperoleh informasi yang dibutuhkan yakni terdiri dari beberapa mahasiswa dan karyawan yang melayani pengunjung yang ada di warung kopi.

Adapun informan yang ditentukan peneliti untuk dijadikan objek tanya jawab guna memperoleh informasi yang dibutuhakna yaitu pengunjung warung kopi Bagong serta para pelayan warung kopi.

4.2. Pembahasan

Interaksi sosial merupakan suatu hubungan tingkah laku satu orang dengan orang lain atau kelompok dengan kelompok lainnya yang saling berkomunikasi dan saling menimbulkan respon timbal balik yang baik. Interaksi sangat dibutuhkan dalam bermasyarakat, dengan adanya interaksi sosial masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari ataupun untuk menciptakan suasana dalam masyarakat yang damai dan

tentram. Warung kopi merupakan suatu usaha mikro yang cukup penting di dalam keseharian masyarakat Indonesia. Setiap individu atau kelompok pasti menginginkan ruang atau tempat dimana mereka dapat berdiskusi serta berinteraksi dengan nyaman agar memperoleh solusi yang diperlukan.

Tempat yang biasanya digunakan untuk berdiskusi dan berinteraksi adalah warung kopi, karena di warung kopi orang bebas mau berbicara tentang hal apapun tanpa adanya pretensi, tanpa ada sekat dan tanpa adanya sebuah pembatasan dalam pembicaraan yang dilakukan di warung kopi. Hubungan yang terus berkembang baik itu bergerak dalam relasi, interaksi serta kepentingan masing-masing di warung kopi, dalam aktifitas yang ada di warung kopi individu-individu akan membentuk suatu kelompok atau komunitas di warung kopi dimana hal tersebut akan menciptakan suatu budaya di warung kopi.

Warung kopi merupakan dunia lain bagi para pengunjungnya karena warung kopi tidak terikat oleh ruang dan waktu, tidak terikat oleh norma-norma serta status yang melatarinya, tempat dimana membaurnya segala embel-embel jabatan yang menjadi label setiap individu yang mengunjungi. Warung kopi merupakan wadah yang sangat efektif untuk para mahasiswa khususnya mahasiswa-mahasiswa IAIN Tulungagung dalam melakukan kegiatan interaksi sosialnya. Pelaksanaan proses analisis penelitian yang dilakukan yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi dengan mengacu pada indikator indikator dalam pelaksanaannya. Untuk melihat bentuk interaksi yang dilakukan didalam di warung kopi, peneliti menggunakan Teori Interaksionisme simbolik dari **George Herbert Mead** dimana inetraksionism simbolik berdasarkan pada tiga ide ide dasar yaitu pikiran, diri(self), dan masyarakat.⁴⁰

⁴⁰ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah, "*Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Revisi*", Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007, Hal. 136

4.2.1. Pikiran (*Mind*)

Pikiran merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan symbol-simbol yang mempunyai makna social yang sama, dimana setiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Berdasarkan wawancara dengan saudara Iguh yang merupakan salah satu pengunjung warung kopi dengan pertanyaan “dorongan apa yang membuat anda pergi ke warung kopi? Dan feel apa yang didapatkan ketika berada di warung kopi?”

“Dorongan saya ke warung kopi adalah untuk mencari inspirasi serta menenangkan diri sembari merokok sambil minum kopi dan merasakan ketenangan ketika ke warkop sendiri, jika bersama teman feel yang didapatkan adalah inspirasi baru karena di warung kopi saya dan teman bisa berdiskusi serta sharing bareng”

Dari hasil wawancara tersebut, mahasiswa yang pergi ke warung kopi atas dorongan mencari tempat untuk menenangkan pikiran dari masalah-masalah yang di hadapi dan dan ketika di warung kopi merasa lebih tenang dalam menghadapi masalah yang dihadapi dan warung kopi merupakan salah satu tempat yang asyik buat dijadikan tempat berdiskusi dan sharing. Saudara Qoni yang juga merupakan pengunjung warung kopi mengatakan:

“Dorongan saya ke warung kopi karena dorongan mood, karena saya bukan tipikal orang yang ke warung kopi sebagai kegiatan sehari-hari, tetapi ke warung kopi sebagai tempat berdiskusi dan berkomunikasi dengan orang lain serta bersosialisasi dengan masyarakat dan feel yang saya dapatkan ketika berada di warung kopi bisa jadi lebih terpacu itupun tergantung atmosfer warung kopi itu sendiri antara atmosfer game ataupun atmosfer diskusi”

Dari beberapa pemaparan data diatas, dapat dinyatakan bahwa mahasiswa pergi ke warung kopi atas dasar dorongan untuk mencari suasana yang berbeda serta berkomunikasi dengan sesama teman atau masyarakat. Dan rata-rata mahasiswa yang pergi ke warung kopi feelyang di dapatkan adalah rasa tenang dan senang karena dapat berkumpul dan berdiskusi tentang game ataupun masalah perkuliahan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan **Berger** “ sebuah dunia harus dibentuk atau di ciptakan oleh semua aktivitas yang dilakukan oleh manusia itu sendiri dengan menempatkan diri sesuai dengan tempatnya dan merealisasikan apa yang sudah direncanakan di kehidupannya. Mereka juga harus mencoba memahami diri sendiri dan mengekspresikan diri dalam beraktivitas.”⁴¹

4.2.2. Diri (*self*)

Diri (*self*) menurut **G. H. Mead** merupakan ciri khas dari manusia yang tidak dimiliki oleh binatang, *self* adalah suatu kemampuan untuk dapat menerima diri sendiri sebagai objek dan perspektif yang berasal dari orang lain atau masyarakat. Tetapi *self* merupakan kemampuan khusus sebagai subjek, *self* muncu dan berkembang melalui aktivitas berinteraksi social dan bahasa.⁴² Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Zaki atas pertanyaan tentang keefektifan warung kopi untuk memperluas pergaulan? Dia mengatakan:

“Menurut saya warung kopi dalam memperluas pergaulan mempunyai peran yang relatif, karena setiap individu pasti memiliki tipe yang berbeda-beda jadi ada positif dan negatifnya,

⁴¹ Rissawan Habdy Lubis, *Spiritualitas Bencana: Konteks Pengetahuan Lokal dalam Penanggulangan Bencana*, Depok: LKPS, 2019, Hal. 70.

⁴² Ambo Upe. “*Tradisi Aliran Dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik Ke Post Posivistik*”. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010, Hal. 223

tapi kalau menurut saya sendiri itu cocok, karena didalam lingkungan warung kopi terdapat orang-orang yang berbeda-beda.”

Dari hasil wawancara tersebut warung kopi cocok digunakan untuk memperluas pergaulan dan mengenal banyak orang dari kalangan mahasiswa ataupun dari kalangan masyarakat sekitar warung kopi, tetapi itu semua tergantung tipe masing-masing individu itu sendiri. Hasil wawancara tersebut hampir sama dengan hasil wawancara dengan mahasiwi yang berinisial LK yang mengatakan:

“ Menurut saya efektif tidaknya warung kopi sebagai tempat memperluas pergaulan tergantung pribadi diri masing-masing individu itu sendiri, bisa memperluas jaringan jika individu tersebut mau aktif mengenal, tapi bisa jadi sebaliknya”

Dari beberapa pemaparan data diatas, dapat dikatakan bahwa warung kopi efektif dalam menjadi sebuah media untuk memperluas pergaulan akan tetapi kembali kepada individu itu sendiri karena setiap individu memiliki tipe tipe yang berbeda. Warung kopi bisa dijadikan bermacam-macam ruang publik tanpa ada batasan-batasan tertentu. Warung kopi dapat di gunakan untuk berinteraksi, menjalin ikatan serta berpartisipasi dalam komunikasi yang terbebas dari hirarki dan dominasi serta tekanan. Semua itu dapat menunjukkan bahwa ruang di dalam warung kopi tidak menghadirkan eksistensi tunggal dari seorang individu saja, melainkan kebersamaan ini lah yang sesuai dengan definisi **Hannah Arendt** sebagai komunikasi ruang publik yang bermula dari asumsi kebersamaan, tanpa perlu mempertegas eksistensi dari masing-masing orang⁴³.

⁴³ Fransisco Budi Hardiman. “*Menuju Masyarakat Komunikatif*”, Yogyakarta: Kanisius, 1993, Hal. 27.

4.2.3. Masyarakat (*Society*)

Society merupakan jejaring hubungan social yang di ciptakan, dibangun, serta dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah-tengah masyarakat, dan individu tersebut terlibat juga dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia untuk proses pengambilan peran di tengah masyarakat.⁴⁴ Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Erwin atas pertanyaan “Ketika pergi kewarung kopi, pernah tidak ngobrol dengan masyarakat sekitar warung kopi yang sedang berada di warung kopi dan kira-kira apa yang dibahas?” saudara Erwin mengatakan:

“pernah meski tidak terlalu sering, biasanya kami membahas masalah asal usul dan sharing-sharing masalah pekerjaan yang saya kerjakan ketika tidak ada mata kuliah di kampus selain itu terkadang saya bertanya masalah lowongan pekerjaan yang bisa dikerjakan sambil menempuh pendidikan”

Berdasarkan wawancara tersebut warung kopi adalah salah satu tempat berkumpulnya semua lapisan masyarakat. Warung kopi sebagai tempat untuk berinteraksi sesama manusia yang melakukan komunikasi yang terbebas dari semua tingkatan yang ada di luar warung kopi. Saudara Galih juga mengatakan hal yang hamper sama:

“Sesekali saya pergi ke warung kopi karena sudah ada janji dengan salah satu orang untuk membahas tentang pekerjaan yang sudah saya kerjakan di sela sela waktu saya belajar di salah satu universitas di Tulungagung.”

Dari beberapa pemaparan diatas, dapat dinyatakan bahwa warung kopi merupakan tempat yang cocok digunakan sebagai tempat pertemuan

⁴⁴ Ambo Upe. *Tradisi Aliran Dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik Ke Post Posivistik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010, Hal. 223

dengan orang lain. Warung kopi merupakan ruang public yang digunakan oleh mahasiswa ataupun masyarakat untuk menyalurkan segala aspirasi dan inspirasinya untuk tujuan demi kemajuan bersama. Warung kopi adalah salah satu tempat yang dapat membentuk suatu pola interaksi yang membentuk suatu pertikaian, persaingan, dan juga sebuah kerjasama yang dapat terjadi pada waktu tertentu.