

KEDAI KOPI SEBAGAI RUANG SOSIAL BUDAYA: STUDI TENTANG TRADISI MENGOPI DI KEDAI KOPI AMENG

Eva Amalia

Prodi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
eva@btp.ac.id

Syafrudin Rais

Prodi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam
rais@btp.ac.id

Siti Arieta

Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji
arieta@umrah.ac.id

ABSTRACT

Keunikan kopi Indonesia yang telah menyebar ke seluruh dunia secara global dan tumbuh menjadi budaya perilaku dan gaya hidup. Kajian fenomenologi ini bertujuan untuk mengelaborasi kopi secara khusus dalam budaya Melayu. Wilayah Kepulauan Riau tidak mengalami penjajahan Inggris secara historis, sehingga tidak mengenal budaya waktu minum teh. Sebaliknya, masyarakat Melayu mengenal kopi untuk dikonsumsi karena memiliki efek memberikan semangat bekerja akibat kandungan kafein di dalamnya. Kopi juga menjadi pelengkap yang enak karena mudah disajikan, hanya perlu diseduh dengan air panas dan cocok dipadukan dengan aneka cemilan. Perilaku sosial laki-laki Melayu yang suka duduk bersama sambil menunggu melaut memberikan peluang bisnis bagi para pedagang, orang Tionghoa, yang selama ini selalu hidup berdampingan dengan orang Melayu di Kepulauan Riau. Maka dari yang awalnya hanya kumpulan orang di pinggir laut, munculah kedai kopi tiam kopi. ‘Kedai Kopi Ameng’ adalah salah satu kedai kopi terkenal dengan merek kopi lokalnya bernama Kopi Ameng yang kini memiliki cabang di Batam mengikuti sejarah legenda berdirinya Kopi Ameng di Belakang Padang selama bertahun-tahun. Tradisi ini tidak hanya menjadi ajang untuk mempertemukan berbagai usia, latar belakang suku, agama, dan profesi, tetapi juga menjadi ikon kopi Melayu dan representasi interaksi sosial budaya masyarakat Melayu .

Kata Kunci : Kedai Kopi, Ruang Sosial-Budaya, Tradisi , Kedai Kopi Ameng .

PENDAHULUAN

Masyarakat dan budaya merupakan kesatuan yang saling berhubungan yang tidak dapat dipisahkan. Baik itu masyarakat yang tradisional maupun masyarakat modern pasti mempunyai suatu kebudayaan yang akan melekat dan mentradisi dalam kehidupan Budaya bersumber pada kegiatan manusia dalam menciptakan makna yang merujuk pada realitas yang lain daripada pengalaman sehari-hari. (Kuntowijoyo, 2006)

Salah satu sumber kegiatan manusia di Indonesia yang telah menjadi budaya adalah kegiatan ‘mengopi’ Kultur dalam minum kopi sudah muncul dari barat (Faizin et al., 2025) menjadi sumber kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam lingkungan masyarakat terkhusus yakni kaum penggemar kopi, dengan ini maka terjadilah

suatu peningkatan mengenai permintaan akan kopi dimana hal ini disebabkan bangsa Indonesia merupakan bangsa dengan tingkat sosial yang tinggi dengan meluangkan tempat dan waktu untuk bersosialisasi.(Abidin, 2017) Semua orang tertarik untuk mengetahui kisah kehidupan orang lain dan hampir semua hal terasa lebih menyenangkan bila dilakukan bersama. Warung kopi dan café menjadi tempat pertukaran informasi dalam masyarakat dan seringkali menjadi tempat berkumpulnya para kaum terpelajar yang akhirnya merumuskan hal-hal yang baru (seperti bisnis, pengetahuan, dan lain-lain). Warung kopi merupakan wujud pluralisme dan kesatuan bangsa Indonesia, dimana semua etnis dari berbagai macam latar belakang budaya dapat duduk dan menikmati kopi bersama (Gumulya et al., 2017)

Persaingan kopi tradisional dan kopi modern saat ini sangat tergantung dari strategi branding produk selain tentu saja kualitas produk

kopi itu sendiri Penelitian ini mengelaborasi bagaimana kekayaan dan kearifan lokal budaya Melayu dilestarikan melalui cita rasa kopi yang memiliki filosofis sehingga menjadi suatu *branding* yang kuat (Amalia et al., 2024)

Faktor lainnya adalah Kopi-kopi Indonesia yang unik dan memiliki cita rasa tersendiri. (Sunarharum et al., 2019) Beberapa diantaranya seperti kopi Gayo , kopi luwak dan kopi tubruk yang telah terkenal di seluruh dunia . Keunikan kopi Indonesia yang telah menyebar ke seluruh dunia tumbuh menjadi budaya perilaku dan gaya hidup. Kajian fenomenologi ini bertujuan untuk mengelaborasi secara khusus tentang budaya 'mengopi' pada masyarakat Kepulauan Riau dimana hal ini dapat dilihat dari latar belakang sejarahnya. Secara historis, wilayah Kepulauan Riau tidak mengalami pendudukan kolonial Inggris, sehingga tidak mengenal budaya waktu minum teh. Sebaliknya, masyarakat Melayu mengenal kopi untuk dikonsumsi karena memiliki efek memberikan semangat bekerja akibat kandungan kafein di dalamnya. Kopi juga menjadi pelengkap yang enak karena mudah disajikan, hanya perlu diseduh dengan air panas dan cocok dipadukan dengan aneka cemilan. Perilaku sosial laki-laki Melayu yang suka duduk bersama sambil menunggu melaut memberikan peluang bisnis bagi para pedagang, orang Tionghoa, yang selama ini selalu hidup berdampingan dengan orang Melayu di menggunakan alat yang disebut metode *verstehen* untuk menggambarkan secara detail tentang bagaimana kesadaran itu berjalan dengan sendirinya. Selanjutnya dalam pendekatan fenomenologi dilakukan tipifikasi (pemolaan) yaitu mengkaji, mengenali dan menentukan apakah peristiwa yang tampak termasuk realitas atau tidak; serta pemakaian bahasa yang berfungsi sebagai sarana tipifikasi untuk menjelaskan realita dan mengandung makna (Denzin K Norman, 2009)

Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami fenomena dan kaitannya terhadap struktur kesadaran orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu, dengan maksud untuk memahami motif dan makna tindakan manusia yang terkait dengan tujuan. Dalam penelitian ini peneliti akan mengungkap dan menjelaskan secara detail kejadian atau peristiwa yang dialami peminum kopi yang menjadi bagian budaya masyarakat Kepulauan Riau. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti. Informan yang menjadi obyek penelitian, yaitu peminum kopi yang datang ke kedai kopi Ameng , jumlah konsumsi kopi, jumlah kunjungan ke kedai kopi dan observasi perilaku budaya mengopi .

Kepulauan Riau. Maka dari yang awalnya hanya kumpulan orang di pinggir laut bermunculan warung-warung kopi atau yang lazim di sebut sebagai kedai kopi atau kopi tiam. Tradisi minum kopi menjadi bagian dari budaya hidup sehari-hari . *Drinking coffee is a tradition shown from the way rural communities interpret coffee as aninherent part of their simple daily life* (Pramasari et al., 2024)

Dari sekian banyak kedai kopi yang tumbuh dan berkembang di Kepulauan Riau 'Kedai Kopi Ameng' adalah salah satu kedai kopi terkenal dengan merek kopi lokalnya bernama Kopi Ameng yang terletak di Belakang Padang dan telah melegenda selama bertahun-tahun. Tradisi minum kopi atau mengopi di Kedai Kopi Ameng Belakang Padang ini tidak hanya menjadi ajang untuk mempertemukan berbagai usia, latar belakang suku, agama dan profesi, tetapi juga menjadi ikon kopi Melayu di Kepulauan Riau.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi dengan landasan kualitatif. (Maxwell, 2012) Kajian fenomenologi akan berusaha memahami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul dalam kesadarannya dan dianggap sebagai entitas yaitu sesuatu yang ada dalam dunia. Fenomenologi

Dalam penelitian ini, menggunakan *Teknik purposive sampling*, karena peneliti akan memilih informan yang dianggap dapat mencerminkan esensi penelitian secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer

Yaitu observasi. Observasi dilakukan secara langsung dan bersifat partisipan. Maka dalam penelitian ini peneliti datang ke kedai kopi sebagai pembeli sambil mengamati aktivitas apa yang dilakukan peminum kopi di kedai kopi. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada pemilik kedai kopi untuk mendapatkan gambaran fenomena budaya mengopi ditinjau dari gambaran konsep kedai kopi dan peninum kopi di kedai kopi, untuk menangkap makna secara mendalam mengenai bagaimana perilaku mengonsumsi kopi menjadi budaya masyarakat (Pramasari et al., 2024)

Wawancara dilakukan peneliti secara terus menerus sampai memperoleh data yang lengkap, Untuk menguji validitas tersebut, digunakan triangulasi. Teknik triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi

sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik dari tingkatan atau derajat berbeda-beda, hal ini diperoleh dengan cara membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara. (Creswell, 2015)

Peneliti melakukan analisis data dimulai dengan menggambarkan atau mendiskripsikan secara menyeluruh budaya mengopi pada masyarakat Kepulauan Riau dengan mengambil lokasi penelitian pada kedai kopi Ameng yang terletak di Pulau Belakang Padang, Batam. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh intisari dari data yang telah ada. Data ini diperoleh dari hasil pengamatan dan wawancara secara mendalam.

Tahapan ini disebut reduksi fenomenologi, ada hal-hal yang harus dilakukan oleh peneliti, diantaranya adalah peneliti harus melakukan *bracketing*. (Hasbiansyah, 2008) Selanjutnya peneliti melakukan *horizonalizing* yang artinya membandingkan dengan persepsi atau pendapat orang lain mengenai fenomena yang diamati. Setelah melakukan *horizonalizing*, peneliti melakukan horizon atau unit makna yang artinya proses menemukan esensi dari fenomena yang terjadi dan sudah terlepas dari persepsi orang lain. Tahap selanjutnya peneliti melakukan tipifikasi yang artinya mengelompokkan atau mengklasifikasikan setiap unit makna kedalam tema-tema tertentu. Selanjutnya peneliti melakukan deskripsi tekstural (apa yang terjadi) dan deskripsi struktural dari sebuah pengalaman (bagaimana peristiwa itu dialami). Selanjutnya tahap yang terakhir adalah peneliti mendeskripsikan secara keseluruhan dari peristiwa untuk menghasilkan makna dan esensi dari sebuah fenomena (Solikatun, Darajat Trikartono, Argyo Demartoto, 2015)

KERANGKA TEORI/KONSEP

1. Sifat dan Karakter Budaya Kopi di Indonesia

Untuk mengelaborasi penelitian ini, telah dilakukan telaahan terhadap sifat dan karakter budaya kopi di Indonesia dengan mengelompokkan dalam beberapa bahasan yakni dari segi sosial, lingkungan internal dan eksternal, kultural, rasa dan penyajian berdasarkan tabel berikut ini :

Sosial budaya menikmati kopi di Indonesia bersifat kasual dan sosial dimana kopi dinikmati bersama dalam situasi yang terbuka, hangat dan nyaman tanpa adanya praduga (dalam hal SARA) dari orang lain. (Bahagia et al., 2021) Budaya mengopi (tradisional) juga tidak membedakan strata sosial para penikmat kopi yang biasanya dapat langsung berbaur bahkan bergabung meja ketika sedang mengopi bersama

Sosial	Budaya menikmati kopi di Indonesia bersifat kasual dan sosial dimana kopi dinikmati bersama dalam situasi yang terbuka, hangat dan nyaman tanpa adanya praduga (dalam hal SARA) dari orang lain. Budaya mengopi (tradisional) juga tidak membedakan strata sosial para penikmat kopi yang biasanya dapat langsung berbaur bahkan bergabung meja ketika sedang mengopi bersama sebagai wujud dari proses interaksi sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut antara hubungan orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun hubungan antara orang-perorangan dan kelompok manusia (Wulansari, 2013) Dimana interaksi tersebut terjalin dalam budaya mengopi yang biasanya dilakukan.
Lingkungan Internal & Eksternal	Kebanyakan warung kopi mengusung konsep terbuka dengan lingkungan sekitar dan <i>specialty coffee</i> Indonesia mengambil gaya yang biasanya membangkitkan kenangan masa lalu (nostalgia), banyak dekorasi tradisional khas Indonesia dan kopi jaman dahulu yang diaplikasikan dalam interiornya. Tidak jarang warung atau kedai kopi mempertahankan bangunan kayu dan furnitur jaman dulu dimana hal tersebut dapat menjadi suatu representasi simbol budaya dan identitas kolektif (Taqwadin et al., 2019)
Kultural	Budaya menikmati kopi tidak mengenal waktu khusus. Kopi dapat dinikmati di pagi hari sebagai sarapan, di siang hari sebagai penutup makanan, di sore hari sebagai pelepas penat kerja, bahkan banyak warung kopi yang baru membuka usahanya malam hari dimana kopi dihidangkan sebagai teman menikmati malam. Kopi juga dapat dinikmati saat memerlukan tenaga dan konsentrasi ekstra seperti berkendara jarak jauh sehingga menjadi bagian dari budaya sehari-hari.

Budaya kopi yang diamati dalam penelitian ini berlokasi di salah satu pulau yang berada di Provinsi Kepulauan Riau yang cukup menarik perhatian masyarakat dan para wisatawan baik domestik maupun mancanegara Pulau itu ialah Belakang Padang yang merupakan bagian dari Kecamatan Belakang Padang, Kota Batam . Terkenal dengan sebutan Pulau Penawar Rindu. Pulau itu kecil tapi ada berbagai macam kuliner yang terkenal skala lokal maupun mancanegara, seperti kuliner mi lender dan cendol. Kepopuleran kuliner lainnya adalah kopi dimana kemudian , Kopi Ameng menjadi ikon kuliner di Kepulauan Riau. Menilik sejarah penamaan Kopi Ameng, hingga terkenal dan namanya dipakai pada kedai kopinya tergambar dari sejarah kopi Ameng yang berdiri pada tahun 1980-an dan pada awalnya didirikan di tepi laut Belakang Padang yang berpindah ke lokasi sekarang sejak tahun 1990 setelah kedai kopi pertama yang berlokasi di tepi laut itu terbakar, Pada awalnya nama Kedai Kopi Ameng ialah Kedai Kopi Santai. Nama santai menjadi inspirasi Ameng, si pemilik sebab pelanggan kedai kopi biasanya ingin selalu bersantai bercerita dan bersenda gurau.

Pelanggan kedai kopi Ameng biasanya datang tiga sampai empat kali hanya untuk mengopi baik itu dari masyarakat setempat, masyarakat Kepulauan Riau yang datang dari luar Batam dan para wisatawan baik wisatawan dalam negeri dan mancanegara. Kekhasan rasa kopi hitam yang membuat orang ingin selalu mengopi di kedai kopi tersebut . Selain itu, kopi Ameng dibuat oleh tangan khusus yaitu orang China Melayu yang berada di pulau Tanjung Batu. Kopi Ameng tidak diperjual beli di warung atau kedai kopi lainnya sehingga bila ingin membeli Kopi Ameng, maka harus langsung mengunjungi Kedai Kopi Ameng. Harganya pun cukup terjangkau dengan takaran rasa yang konsisten yang terdiri dari satu sendok gula dan satu setengah sendok kopi.

Selain itu ciri khas dari Kopi Ameng ialah setiap orang yang memesan minuman kopi o, teh tarik, kopi susu dan sebagainya, pasti akan diberi segelas air putih. Tujuannya ialah untuk menetralkan kopi yang sudah masuk ke tenggorakan agar netral kembali



Kopi hitam (kopi O) Kopi susu
Sumber Dokumentasi penelitian 2022

Tiap hari rata rata Kedai Kopi Ameng ini menghabiskan hampir 500 cangkir kopi dan bertambah hingga 2-3 kali lipat pada akhir pekan atau hari libur. Kopi hitam atau kerap disebut kopi O buatannya ini dihargai Rp5.000 per cangkirnya. Harga yang murah inilah yang menyebabkan kedai kopi Ameng selalu ramai walaupun untuk menikmati kopi tersebut harus menyeberang dari Batam dengan menggunakan alat angkut dari Pelabuhan domestik Sekupang yang biasa disebut pompong dengan jarak tempuh sekitar 20 menit



Suasana di Kedai Kopi Ameng Belakang Padang
Sumber www.liputan6.com

PEMBAHASAN

Dilihat dari sejarah perkembangan budaya konsumsi kopi, perilaku konsumsi kopi dahulu dilakukan di warung kopi yang identik dengan laki-laki, sesuatu yang menjadi dominan seorang laki-laki dewasa. Warung atau Kedai kopi hanya

menawarkan kopi hitam atau kopi tubruk dengan makanan kecil yang biasanya adalah macam-macam gorengan. Perilaku menikmati secangkir kopi sudah menjadi keseharian sejak dulu, banyak orang yang sekedar berkumpul di warung kopi untuk menikmati secangkir kopi hitam atau kopi susu yang ada dalam gelas dengan tatakan piring ceper kecil dan harganya pucuk murah. Bentuk warung kopi sendiri hanya sederhana, yang biasanya hanya ada meja dan kursi kayu panjang tanpa ada fasilitas dan pelayanan yang memuaskan. Para peminum kopi dapat bertingkah laku sesuka hati bahkan bisa tertawa lepas atau terbahak-bahan tanpa ada citra warung kopi tersebut yang telah mengikat (Solikaturun, Darajat Trikartono, Argyo Demartoto, 2015)

Perkembangan budaya konsumsi tersebut dimanfaatkan oleh Kedai Kopi Ameng dengan mendirikan cabang di Kota Batam pada bulan Juni 2022 untuk membawa budaya kopi Ameng lebih dekat dengan pelanggan yang tidak dapat menyinggahi Pulau Belakang Padang. Mengusung konsep yang lebih modern pada suasana kedai kopi yang berada pada bangunan ruko yang cukup representatif terletak di kota Batam. Perilaku menikmati secangkir kopi yang telah menjadi keseharian sejak dulu dengan sekedar berkumpul di warung kopi untuk menikmati secangkir kopi hitam atau kopi susu khas Ameng yang sudah memiliki *branding* (Amalia, 2022). Selain itu terdapat nilai tambah dari kehadiran Kedai Kopi Ameng di Batam yakni memberikan kontribusi dan dukungan terhadap pariwisata Batam dan dapat menjadi pemicu semakin menghidupkan geliat ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah Tiban Batam.

Terdapat budaya dan kearifan lokal yang diangkat dalam menu makanan dan minuman yang dijual di Kopi Ameng ini. Melalui kuliner dapat mengenalkan kebudayaan dan mempromosikan sebuah daerah. Batam sebelumnya juga telah memiliki beberapa restoran yang mengangkat kuliner khas Melayu, diantaranya Teh Tarik Belakang Padang Melawa, Teh Tarik Radja dan sebagainya. Selain itu Kopi Sekanak Para Raja yang berlokasi di Tanjungpinang sebagai ibukota Provinsi Kepulauan Riau adalah ikon kopi tradisional yang mengusung nilai-nilai budaya yang sangat kental. (Marniasah, 2021). Kendati saat ini sudah banyak berkembang kedai atau kafe modern yang menggunakan mesin kopi canggih namun, tetap saja orang-orang rela menyeberangi laut menggunakan boat hanya ingin menikmati secangkir kopi Kedai Kopi Ameng dari berbagai kalangan

Tipifikasi (pemolaan) kajian budaya mengopi di Kedai Kopi Ameng ini mengklasifikasikan peristiwa dan realitas dengan

horizontalizing yang artinya membandingkan dengan persepsi atau pendapat mengenai fenomena budaya mengopi yang diamati. Deskripsi tekstural (apa yang terjadi) dari akar dan perkembangan budaya mengopi tersebut dan deskripsi struktural dari sebuah pengalaman (bagaimana peristiwa mengopi tersebut menjadi suatu kebiasaan). Keberadaan Kedai kopi Ameng sebagai tempat mengopi, tempat berkumpul untuk berbual-bual sebagai bagian dari budaya dan kebiasaan masyarakat adalah karakteristik yang lazim ada di Indonesia hanya saja memiliki ciri keunikan tersendiri dengan rasa dan penyajian yang menjadi ciri khas. Tak heran jika kedai kopi saat ini berlomba-lomba menampilkan karakteristik tradisional dari budaya kopi yang mereka jual. Budaya minum kopi di Indonesia juga demikian beragam dan memiliki ciri khas tersendiri. Tipikasi atau pola karakter (Safitri & Arina, 2022) budaya mengopi di Kedai Kopi Ameng yang kental dengan ajang silaturahmi komunikasi yang berkaitan dengan strata sosial yang beragam, lintas budaya, lintas sektoral ekonomi dan menjelma menjadi sebuah destinasi kuliner yang menawarkan *value add* dari sebuah produk wisata yakni produk kuliner baik berupa sajian kopi dan makanan maupun sebagai produk oleh-oleh atau buah tangan dari kopi yang dikemas dalam botol.

1. Akar dan Perkembangan Budaya Mengopi

Warung kopi adalah satu wahana yang mempertemukan berbagai usia, latar belakang suku, agama, dan profesi. Sebagai ruang publik, warung kopi berfungsi sebagai pusat informasi, media sosialisasi, dan sentra kehidupan bagi masyarakat Kepulauan Riau khususnya masyarakat Batam. Di warung kopi, orang-orang dapat duduk seharian, mengobrol, dan membicarakan apa saja yang menjadi perhatiannya. Kedai kopi menjadi pusat interaksi sosial sekaligus budaya. Masyarakat pecandu kopi yang menghabiskan waktu berjam-jam di kedai kopi terkesan sebagai pemalas atau tukang bual. Malah, kedua kata itu--pemalas dan pembual--terkesan melekat pada orang Melayu. Hal tersebut tidak sepenuhnya benar dan tidak sepenuhnya pula salah. Tradisi semacam itu memiliki dua sisi. Baik dan buruk, tergantung persepsi. Tak heran jika kedai kopi saat ini berlomba-lomba menampilkan yang tradisional karakteristik budaya dari kopi yang mereka jual. Budaya minum kopi di Indonesia juga demikian beragam dan memiliki ciri khas tersendiri.

2. Nilai Kultural Budaya Kopi

Secara kultural dapat dilihat bahwa mengopi sejatinya adalah ajakan yang bukan tanpa nilai,

dalam kacamata budaya dan agama orang yang baik tentunya tidak pernah kosong dengan nilai-nilai baik, segala perbuatannya bernilai kebaikan, sekecil-kecilnya perbuatan minimal adalah niat yang baik. Karena hakikatnya niat adalah perbuatan Ngopi sambil mendatangkan manfaat tentunya positif secara pribadi dan juga bagi a yang diajak nimbrung dalam aktifitas ngopi, ada hal-hal yang tak terduga kadang lahir dari diskusi kecil di meja kopi, bahkan banyak pula hal besar lahir dari hal kecil yang dibahas. Apa yang ada pada secangkir kopi, diantaranya; kopi dapat merangsang badan menjadi lebih bersemangat, kopi dapat menenangkan jiwa, menghilangkan gundah, mendatangkan inspirasi, membuat hati lebih tenang, menguatkan mata untuk bergadang dalam rangka ibadah, mencerahkan penglihatan, membersihkan kandung kemih dan bahkan melancarkan buang air kecil

3. Proses Perkembangan Budaya Mengopi

Menganalisa tentang perkembangan budaya kopi harus melihat secara keseluruhan bahwa kopi bukan tentang fakta produksinya; kopi adalah tentang konsumsi dan bahkan saat ini membentuk ke dalam kebiasaan budaya dan sosial kontemporer . Kafein, yang ditemukan di daun, biji, dan buah pohon kopi, adalah zat psikoaktif yang membuat ketagihan, tetapi telah mengatasi resistensi dan ketidaksetujuan di seluruh dunia dan sekarang tidak diatur dan tersedia secara bebas, tanpa lisensi. (Mangu & Al, 2021)

4. Kopi dan rangkaian budaya sebagai suatu komoditas

Kopi direpresentasikan dalam banyak cara di media — termasuk dalam iklan, film, novel, puisi, lagu dan, tentu saja, dalam penulisan kuliner, termasuk buku masak, majalah, dan surat kabar. Ada jurnal spesialis dan serial populer yang didedikasikan untuk menguraikan dan mengeksplorasi detail biji-bijian halus dari produksi dan konsumsinya, dan sejarawan makanan telah menulis banyak biografi tempat kopi di dunia. Memang kopi ada di mana-mana, sehingga sebagai warna yang diberi nama, ia secara populer ditampilkan dalam mode, desain interior, peralatan rumah tangga, dan produk lainnya. (Brien, D. L., & Adams, 2012)

5. Kopi sebagai suatu ekspresi budaya dari kecanggihan Gastronomi

Proses kopi yang dimulai pemilihan kopi, metode seduh, dan lokasi konsumsi; gaya hidup yang serba cepat dalam berbagai pilihan kopi-to-go (*take home atau delivery*) dan orientasi kapitalis alam peluang bisnis yang ditawarkan mulai dari pedagang kopi tiam tradisional pengusaha kecil

hingga rantai waralaba multinasional. Kedai kopi dan kafe menjadi suatu tradisi pertemuan, percampuran, diskusi, dan bersantai yang terjadi di sana sambil minum kopi, adalah topik refleksi dan keilmuan kontemporer, begitu pula persamaan dan perbedaan antara kafe kontemporer dan inkarnasi sebelumnya, termasuk, tentu saja kopi tradisional.

SIMPULAN

1. Budaya mengopi yang sudah sejak lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat merupakan bangsa dengan tingkat sosial yang tinggi dengan meluangkan tempat dan waktu untuk bersosialisasi . Semua orang tertarik untuk mengetahui kisah kehidupan orang lain dan hampir semua hal terasa lebih menyenangkan bila dilakukan bersama. Warung kopi dan café menjadi tempat pertukaran informasi dalam masyarakat
2. Budaya kopi mendeskripsikan atmosfer sosial atau serangkaian perilaku sosial yang sangat bergantung pada kopi sebagai sebuah lubrikan sosial merujuk kepada difusi dan adopsi kopi sebagai stimulan yang banyak dikonsumsi oleh sebuah budaya Pola sosialitas itulah yang kemudian membuat kopi menjadi lebih gampang diterima dalam masyarakat. Kopi adalah perekat dan menjadi bagian bagian dari masyarakat yang cinta kebersamaan

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ku. (2017). *Pengantar Sosiologi & Antropologi*. Badan Penerbit UNM.
- Amalia, E. (2022). Strategi Branding Kopi Sekanak "Kopi Para Raja". *Jurnal Menata, Politeknik Pariwisata Batam*, 1(1), 17–22.
- Amalia, E., Kuliner, P. M., & Batam, P. P. (2024). Kajian Fenomenologi Budaya “Mengopi” Mengangkat Pamor Kopi Lokal Sekanak Kopi Para Raja. *Jurnal Menata , Politeknik Pariwisata Batam*, 3(1), 38–44.
- Bahagia, B., Wibowo, R., Rifay, M., Pauziah, S., & Kartika, T. (2021). Tradition and Social Value of Drinking Coffee. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 3715–3720. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.988>
- Creswell, J. (2015). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*.
- Denzin K Norman, L. S. Y. (2009). *Handbook of Qualitative Research -Terjemahan Penerbit Pustaka Pelajar 2009.pdf*.
- Faizin, A., Khusyairi, J. A., Afdholy, N., & Airlangga, U. (2025). Konstruksi Makna Budaya Ngopi Kopag (Kopi Pagi) Masyarakat Kota Malang. *Arif, Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*, 4(2), 187–201.

- Gumulya, D., Helmi, I. S., Program, S., Desain, S., & Harapan, U. P. (2017). Kajian budaya minum kopi indonesia. *Jurnal Dimensi Volumen 13 (12), 13(2)*, 153–172.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial. *Mediator*, 9(1), 163–180.
- Kuntowijoyo. (2006). *Kuntowijowo, Budaya dan Masyarakat PT Tiara Wacana Yogyakarta 2006*.
- Mangku, P., & Al, E. (2021). Developing coffee culture among indonesia's middle-class A case study in a coffee-producing country. *Cogent-Social Sciences*.
- Marniasah, Y. (2021). Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. *Warisan Budaya Kopi Sekanak Kepulauan Riau*, 1(3), 87–93.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach: An Interactive Approach* (p. 218). <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=DFZc28cayiUC&pgis=1>
- Pramasari, N. R. ;, Wardhani, W., & Sujianto, A. E. (2024). Budaya Ngopi: Pola Konsumsi Konsumen Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Kabupaten Tulungagung. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4105–4113. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1531>
- Safitri, D., & Arina, N. (2022). The Trend of Drinking Coffee Culture as Indonesian Culture. *Proceeding The 2nd ICHELSS, August 24-25, 2022, Jakarta, Indonesia Copyright © FIS UNJ 2022*, 117–125.
- Solikatun , Darajat Trikartono, Argyo Demartoto. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1).
- Sunarharum, W. B., Fibrianto, K., Yuwono, S. S., & Nur, M. (2019). *Sains Kopi Indonesia*. https://www.google.co.id/books/edition/Sains_Kopi_Indonesia/S7_RDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sains+kopi+indonesia&printsec=frontcover
- Taqwadin, D. A., Sulaiman, A. N., Akmal, S., & Fauzan, I. (2019). Potensi Budaya Minum Kopi (Ngopi) Dalam Membangun Kembali Koeksistensi Masyarakat Aceh Paska Konflik. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 19(1), 86–102. <https://doi.org/10.22373/jiif.v19i1.4380>
- Wulansari, D. (2013). *Sosiologi, Konsep dan Teori*. PT Refika Aditama.
- Sumber lainnya
- <https://mediaindonesia.com/weekend/140592/pengaruh-budaya-di-balik-komoditas-kopi>
<https://disbudpar.batam.go.id/2022/06/06/kedai-kopi-ameng-belakang-padang-perkaya-destinasi-wisata-kuliner/>
- <https://batam.pikiran-rakyat.com/batam/pr-2304663389/lokasi-kedai-kopi-ameng-belakang-padang-di-batam-tak-perlu-lagi-menyeberang>
<https://etnis.id/minum-kopi-ameng-di-pulau-belakang-padang/>
- <https://www.batamnews.co.id/berita-20126-kopi-belakang-padang-yang-bikin-rindu.html>