

**TRANSFORMASI SOSIAL BUDAYA NGOPI DI KOTA PEKANBARU
(STUDI DI KEDAI KOPI MEGARIA DAN COFFEE SHOP BOCO KOPI)**

Oleh : Bimo Teguh Pangestu

Pembimbing : Siti Sofro Sidiq

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Kedai kopi sebagai ruang dimana budaya ngopi pertama kali lahir dan berkembang yang awalnya hanya dilakukan kalangan orang dewasa serta didominasi kaum laki-laki, Kemudian kedai kopi berkembang dengan konsep yang lebih *modern* dengan berbagai fasilitas dan variasi minuman yang ditawarkan untuk berbagai kalangan. Sebagai salah satu ruang publik dimana budaya kopi berkembang dan tidak hanya kegiatan jual beli yang terdapat disitu, melainkan terdapat kegiatan bertukar informasi ataupun menghabiskan waktu sambil menikmati kopi sendiri maupun bersama teman-teman. Budaya ngopi tidak hanya menjadi fenomena di kalangan orang dewasa, tetapi fenomena budaya ngopi pun terjadi di kalangan anak muda sebagai ruang yang memunculkan beragam aktivitas ataupun gaya hidup yang dipengaruhi oleh nilai-nilai modernisme. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya ngopi sebelum dan sesudah terjadinya transformasi sosial di Kedai Kopi Megaria dan *Coffee Shop Boco Kopi*. Pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan aksidental sampel. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa budaya ngopi sudah ada sejak lama di kedai kopi, seperti kedai kopi Megaria. Kemudian dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membuat kebutuhan masyarakat bertambah terutama pada industri kopi, hal ini merangsang para penggiat industri kopi untuk berkembang pada ruang kedai kopi sehingga memunculkan kedai kopi dengan konsep yang lebih *modern* seperti *Coffee Shop Boco Kopi*.

Kata Kunci: Transformasi Sosial, Budaya Ngopi, Nongkrong, Kedai Kopi, Gaya Hidup

***TRANSFORMATION SOCIAL CULTURE OF NGOPI IN PEKANBARU CITY
(STUDIES OF MEGARIA COFFEE SHOP AND BOCO KOPI COFFEE SHOP)***

ABSTRACT

The coffee shop is a space where coffee culture was first born and developed, which was initially only carried out by adults and dominated by men. Modern with various facilities and a variety of drinks offered for various circles. As one of the public spaces where coffee culture develops and not only buying and selling activities are there, but there are activities to exchange information or spend time while enjoying coffee alone or with friends. Coffee culture is not only a phenomenon among adults, however the phenomenon of coffee culture also occurs among young people as a space that gives rise to various activities or lifestyles that are influenced by modernist values. This research aims to find out how the coffee culture is before and after the social transformation at the Megaria Coffee Shop and Coffee Shop Boco Kopi. The selection of research subjects was carried out by accidental samples. This

study uses a descriptive qualitative research method. Based on the results of the study, coffee culture has existed for a long time in coffee shops, such as the Megaria coffee shop. Then with the development of science and technology, people's needs increase, especially in the coffee industry, this stimulates coffee industry activists to develop in the coffee shop space so that coffee shops with a more modern concept emerge modern as Coffee Shop Boco Kopi.

Keywords: *Social Transformation, Coffee Culture, Hanging Out, Coffee Shops, Lifestyle*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Meminum kopi telah menjadi budaya dan menurut *Wrecking Trish Rothgeb* dalam artikel *Ball Coffee Roasters* 2002, sedikitnya ada tiga gelombang dalam perkopian atau lebih dikenal dengan *Waves Coffee*. *First Wave Coffee* pada era 1800-an kopi disajikan dalam bentuk kemasan instan dan bahkan dalam Perang Dunia I (1917), tentara disajikan minuman kopi setiap harinya. *Second Wave Coffee* para penikmat kopi menganggap citarasa kopi instan kurang nikmat dan pada tahun 1960-an muncul berbagai varian kopi baru seperti latte, espresso, mochaccino, cappuccino, Frappuccino, Americano dan masih banyak lagi. Serta sambil minum kopi mereka bisa mengobrol santai hingga berdiskusi dengan sesama. *Third Wave Coffee* dimulai pada tahun 2000-an dimana masyarakat mulai sadar adanya perjalanan panjang dari sebuah secangkir kopi yang nikmat. Mulai dari proses menanam, pengolahan biji kopi hingga kopi disajikan. Dari sinilah muncul pemberian identitas kopi sesuai dengan daerah asal biji kopi tersebut karna kopi akan berbeda rasanya apabila ditanam didaerah – daerah tertentu

(<https://indieschearchipel.com/kopiklopedia/sejarah-kopi-indonesia>, 12/08/2022).

Perkembangan bisnis F&B (*Food and Beverage*) yang semakin meningkat dengan bermunculannya kedai – kedai khususnya di bidang industri kopi yang memiliki sasaran luas pada masyarakat perkotaan di tambah lagi dengan menawarkan berbagai konsep tempat

sehingga berdampak pada eksistensi kedai kopi di Pekanbaru. Oldenburg (1999) menjelaskan konsep *third place* sebagai salah satu dari tiga kategori tempat dimana orang menghabiskan waktu mereka. Rumah adalah tempat pertama, “lingkungan domestic” untuk relaksasi. Tempat kedua ditujukan untuk “ruang kerja yang produktif atau menguntungkan”. Tempat ketiga, adalah tempat dimana orang – orang bisa mengobati stress, kesepian, dan keterasingan.

Menurut Ainun Nadrah Santoso, saat ini telah terjadi perubahan dalam penggunaan dan kebiasaan di *Coffee Shop*. Orang – orang memanfaatkan *coffee shop* sebagai tempat umum dan ruang bersama untuk bekerja. Jika diperhatikan fenomena *coffee shop* yang terjadi sekarang sudah membuat fungsi ruang tamu dirumah beralih ke *coffee shop*. Peralihan ini terjadi karena kebutuhan akan gaya hidup sosial pada masyarakat berkembang sehingga perubahan yang terjadi pada kedai kopi bersifat dinamis, yang artinya ruang tamu dirumah yang awalnya berfungsi sebagai tempat untuk bertemu dan mengobrol sudah beralih kepada ruang public social berupa *coffee shop* dengan berbagai macam konsep tempat yang nyaman untuk orang – orang bertemu dan mengobrol serta varian menu menjadi daya tarik untuk menarik orang - orang di berbagai kelompok sosial maupun kalangan umur, artinya ruang untuk berinteraksi pun telah bergeser karena adanya fenomena ini.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan topik yang telah penulis bahas dalam latar belakang diatas, perlunya ditentukan rumusan masalah agar

memudahkan penulis dalam menjawab permasalahan yang ada bahkan pembaca dapat memahami permasalahan yang terdapat dalam tulisan ini. Dari topik yang telah dibahas, rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana budaya ngopi sebelum mengalami transformasi sosial pada kedai kopi di Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana budaya ngopi sesudah mengalami transformasi sosial pada kedai kopi di Kota Pekanbaru?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis tentukan diatas, tentunya perlu menguraikan beberapa tujuan penelitian berdasarkan dari permasalahan-permasalahan yang telah ditentukan. Adapun tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui budaya ngopi sebelum mengalami transformasi sosial pada kedai kopi di Kota Pekanbaru.
2. Mengetahui budaya ngopi sesudah mengalami transformasi sosial pada kedai kopi di Kota Pekanbaru.

4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka manfaat penelitian terbagi 2 yaitu:

1. Manfaat Teoritis
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat memperkaya kajian sosiologi terutama dalam kajian Sosiologi Perkotaan yang berkaitan dengan Transformasi Sosial Budaya Ngopi di Kota Pekanbaru.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat bagi Mahasiswa
 - b. Manfaat bagi Akademis
 - c. Manfaat bagi Masyarakat
 - d. Manfaat bagi Peneliti

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perubahan Sosial

Ferdinand Tonnies merupakan sosiolog berasal dari Jerman, teori yang sangat terkenal dan berhasil membedakan konsep tradisioial dan modern tentang organisasi sosial yang disebut dengan teori *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* diartikan sebagai sebuah kelompok sosial atau paguyuban dan *Gesellschaft* diartikan sebagai patembayan atau masyarakat modern. Konsep Tinnies ini sejalan dengan Weber yang sebelumnya telah menegaskan bahwa perubahan masyarakat terlihat pada kecenderungan menuju rasionalisasi pada kehidupan sosial dan organisasi sosial di segala bidang (Yohanes Bahari, 2021:120). *Gemeinschaft* adalah sebuah kelompok sosial dimana setiap pergerakan individu mengarah kepada kelompok sosial atau bertujuan untuk kelompok sosial itu sendiri dengan menyampingkan keinginan individual mereka. Berbeda dengan *Gesellschaft*, *Gesellschaft* merupakan kebalikan dari *Gemeinschaft*. *Gesellschaft*, disebut sebagai patembayan atau masyarakat modern yang merupakan suatu kelompok sosial dimana anggotanya bekerja sama yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing individu.

Tonnies memaparkan *Gemeinschaft* adalah *Wessenwill* yaitu bentuk-bentuk kehendak, baik dalam arti positif maupun negatif, yang berakar pada manusia dan diperkuat oleh agama dan kepercayaan, yang berlaku didalam bagian tubuh perilaku atau kekuaran naluriah. Jadi, *Wessenwill* itu sudah merupakan kodrat manusia yang timbul dari keseluruhan kehidupan alami. Sedangkan *Gesellschaft* adalah *Kurwille* yaitu merupakan bentuk-bentuk kehendak yang mendasarkan pada akal manusia yang ditujukan pada tujuan-tujuan tertentu dan sifatnya rasional dengan menggunakan alat-alat dari unsur kehidupan lainnya. Atau dapat pula berupa pertimbangan dan

pertolongan. Tonnies membedakan Gemeinschaft menjadi 3 jenis, yaitu :

2. *Gemeinschaft by blood*, yaitu Gemeinschaft yang mendasarkan diri pada ikatan darah atau keturunan. Didalam pertumbuhannya masyarakat yang semacam ini makin lama makin menipis, contoh : Kekerabatan, masyarakat-masyarakat daerah yang terdapat di DI. Yogyakarta, Solo, dan sebagainya.
3. *Gemeinschaft of palco (locality)*, yaitu Gemeinschaft yang mendasarkan diri pada tempat tinggal yang saling berdekatan sehingga dimungkinkan untuk dapatnya saling menolong, contoh : RT dan RW.
4. *Gemeinschaft of mind*, yaitu Gemeinschaft yang mendasarkan diri pada ideologi atau pikiran yang sama. Dimana, dari ketiga bentuk ini dapat ditemui pada masyarakat, baik di kota maupun desa (Yohanes Bahari, 2021:121-122).

Gemeinschaft (komunitas) ditandai dengan ikatan sosial yang bersifat pribadi, akrab, dan tatap muka (primer) kemudian ciri-ciri ikatan sosial ini berubah menjadi impersonal, termediasi, dan sekunder dalam masyarakat modern (*Gesellschaft*) (Piotr Sztompka, 2011:123). Lebih lanjut, Tonnies adalah contoh langka penganut evolusionisme yang tak menganggap evolusi identik dengan kemajuan. Menurutnya, evolusi terjadi secara berlawanan dengan kebutuhan manusia, lebih maju kearah memperburuk ketimbang meningkatkan kondisi kehidupan manusia. Menurut Tonnies perbedaan antara Gemeinschaft dan Gesellschaft sebagai suatu perubahan yang justru bergerak kearah memperburuk. Terkait evolusi sosial, Tonnies berpandangan sama dan senada dengan Weber. Menurut Tonnies faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan

masyarakat adalah adanya kecenderunganberfikir secara rasional, perubahan orientasi hidup, proses pandangan terhadap suatu aturan dan sistem organisasi (Yohanes Bahari, 2021:122-123).

Perubahan kultural (kebudayaan) adalah perubahan kebudayaan masyarakat desa dari pola tradisional menjadi bersifat modern. Pengertian istilah “tradisional” dan “modern” memang sangat umum dan kabur (Rahardjo, 199:200). Perubahan sosial dapat dikatakan sebagai suatu perubahan dari gejala-gejala sosial yang ada pada masyarakat dari yang bersifat individual sampai yang lebih kompleks. Perubahan sosial dapat dilihat dari segi terganggunya kesinambungan diantara kesatuan sosial walaupun keadaan relatif kecil. Perubahan meliputi struktur, fungsi, nilai, norma, pranata, dan semua aspek yang dihasilkan dari integrasi antara manusia, organisasi komunitas, termasuk perubahan dalam hal budaya.

2. Budaya Ngopi

Budaya Ngopi sudah ada jauh sebelum meluasnya kedai kopi ataupun *Coffee Shop* kekinian yang ada pada masyarakat saat ini. Menurut (Cahya,2018) nongkrong diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang yang dilakukan pada tradisi masyarakat Indonesia yang biasanya dilakukan dengan sekedar minum kopi maupun teh dengan didampingi dengan makanan kecil (camilan) yang dilakukan bersama keluarga dan sanak saudara dirumah. Tradisi ini biasanya dilakukan pada pagi hari maupun malam hari sebagai pengisi waktu luang. Seiring dengan berkembangnya zaman hingga berpengaruh terhadap kondisi masyarakat hingga ruang-ruang sosial yang ada, kegiatan ngopi mulai berkembang maknanya yang walaupun secara umum tetap diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang.

Sebuah artikel yang telah diterbitkan oleh New York Time tentang keramaian dari salah satu tempat

perbelanjaan yang ada di Jakarta “*in many ways,...that there is a word sitting, chatting, and generally doing nothing: Nongkrong*” (Schonhard, 2012 : 12). Artikel ini menjelaskan bahwa kegiatan nongkrong dapat dilihat sebagai gaya hidup dari masyarakat Indonesia. Artinya bahwa budaya ngopi ataupun berkumpul sambil minum kopi atau teh sudah ada sejak dulu hanya saja tempat yang menjadi ruang untuk ngopi memiliki pergeseran makna karena telah terjadi perkembangan zaman yang berdampak pada kehidupan sosial berupa kebutuhan akan ruang sebagai tempat untuk berkumpul.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru, tepatnya di *Coffee Shop Boco Kopi* dan *Kedai Kopi Megaria*, dimana penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan jawaban secara deskriptif dan mendalam atas fenomena yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara mendalam dengan judul “Transformasi Sosial Budaya Ngopi di Kota Pekanbaru (Studi di *Coffee Shop Boco Kopi* dan *Kedai Kopi Megaria*). Metode tersebut melibatkan informan dalam melihat dan memahami kondisi ataupun situasi sosial dalam menemukan jawaban penelitian.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini diperlukan untuk menjawab atas tafsiran gejala, peristiwa, fakta, atau pun realita dari subjek penelitian tersebut, Raco (2018). Subjek dari penelitian ini adalah pelanggan yang sedang mengunjungi *Coffee Shop Boco Kopi* dan *Kedai Kopi Megaria* di Kota Pekanbaru serta *Owner* dari kedua kedai kopi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, di lapangan langsung memilih informan yang mampu menjawab fenomena terkait. Hal ini bertujuan untuk menentukan siapa

serta apa saja yang dapat dijadikan sebagai subjek penelitian dengan mempertimbangkan kesesuaian untuk mencapai tujuan penelitian, Soehartono (2011). Berikut kriteria subjek penelitian dalam penelitian ini.

1. Informan dari masing-masing *Coffee Shop Boco Kopi* dan *Kedai Kopi Megaria* yaitu pelanggan yang mengunjungi *coffee shop* dan kedai kopi serta *owner* dari *coffee shop Boco Kopi* dan *kedai kopi Megaria* tersebut.
2. Pelanggan yang mengunjungi *Coffee Shop Boco Kopi* yang memiliki rentang usia 18 tahun hingga usia 26 tahun yang berjumlah 4 orang sebagai informan penelitian.
3. Pelanggan yang mengunjungi *Kedai Kopi Megaria* yang memiliki rentang usia 26 tahun hingga usia 80 tahun yang berjumlah 4 orang sebagai informan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian Transformasi Sosial Budaya Ngopi di Kota Pekanbaru (Studi di *Kedai Kopi Megaria* dan *Coffee Shop Boco Kopi*) adalah metode kualitatif dengan sumber data yang dilakukan menggunakan wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan untuk menemukan informasi yang lebih terperinci dari informan di lapangan. Hasil akhir yang didapatkan dari informan tersebut akan diuraikan secara deskriptif. Berikut penjabaran data pada hasil penelitian ini.

Data Primer

Data Sekunder

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Dimana teknik yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Teknik observasi

dilakukan dengan cara turun langsung ke lokasi penelitian dan teknik wawancara mendalam akan dicatat atau direkam oleh peneliti, Sugiyono (2012).

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

Analisis Data

Lexy J. Moleong (2009) menjelaskan pengertian analisis data kualitatif adalah usaha yang berkaitan dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satu kesatuan, lalu disintesis, mencari, serta menemukan pola yang berkaitan dengan penelitian, kemudian diputuskan apa yang nantinya disimpulkan kepada orang lain. Menurut Matthew B. Miles dan Michael Huberman (2007) menjelaskan bahwa terdapat tiga proses analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian Kedai Kopi Megaria

Kedai Kopi Megaria terletak di Jl.Ir. H. Juanda No. 99, Kelurahan Sago, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru. Kedai kopi ini merupakan kedai kopi yang melegenda di Kota Pekanbaru dan sudah memasuki generasi ke-3 dari pengelola pertama yang awalnya berlokasi di Kota Siantar pada tahun 1964, dan kemudian pindah ke Kota Pekanbaru pada tahun 1970 an silam. Di Era banyaknya kedai kopi modern atau *coffee shop*, kedai kopi Megaria memilih tetap mempertahankan eksistensi kedai kopinya karena makanan dan minumannya sudah sesuai dengan sasaran konsumen. Menu yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari mie pangsit, bubur ayam, kwetiau, mie goreng, nasi goreng hingga aneka gorengan dan minumannya pun beragam mulai dari teh hangat, teh tarik, milo, kopi O, hingga kopi susu. Metode yang digunakan dalam membuat kopi pun tergolong masih

menggunakan metode lama berupa menggunakan saringan kain.

Kedai kopi Megaria sangat erat dengan rasa kopi dan mie pangsitnya yang enak dan nikmat, pengunjung yang datang pun lebih banyak kalangan orang tua, kedai kopi Megaria yang memiliki konsep bangunan ruko ini buka setiap hari dari Pukul 06.30 Pagi hingga Pukul 11.00 Siang, kemudian dilanjutkan lagi pada Pukul 16.00 hingga Pukul 22.00 Malam. Kedai Kopi Megaria sangat banyak dikenal oleh kalangan orang tua yang dari dulu sudah menikmati kopi disini, bahkan mereka memperkenalkan kedai kopi ini kepada anak-anak mereka dan membawa anak-anak mereka makan dan menikmati kopi disini

Coffee Shop Boco Kopi

Boco Kopi berlokasi di Jl. Amal Ikhlas, Kelurahan Air Dingin, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru. Boco kopi merupakan *coffee shop* yang menjadi bagian dari kawasan lingkungan mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR). Pertama kali berdiri pada pertengahan Mei tahun 2018 yang dirintis oleh empat orang sekawan salah satunya adalah Azis Febriadi yang dulu merangkap sebagai barista di *coffee shop* itu juga. berangkat dari keinginan membuka kedai kopi sekaligus memberikan dan menghidupkan ruang bagi para seniman marpoyan khususnya Mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR).

Awal Boco Kopi berdiri masih memanfaatkan perabotan dari alam dan mengusung konsep sederhana “Rumah Baca” serta ruang dimana berkumpulnya seniman – seniman Marpoyan dengan berbagai macam kegiatan kreatif untuk menarik pelanggan agar tidak merasa bosan dengan tampilan *coffee shop* tersebut. Hingga sekarang Boco Kopi sudah melakukan empat kali renovasi pada pertengahan tahun 2019 kemudian melakukan renovasi kembali pada akhir tahun 2019 dan melakukan renovasi terakhir pada akhir 2022, tentu saja dengan

konsep yang berbeda-beda untuk melakukan pembaruan agar menambah pelanggan dan dengan pembaruan itu tentu saja tidak menghilangkan fungsi bahwa Boco Kopi tetap menjadi ruang bagi seniman-seniman Marpoyan khususnya Mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR).

Sejak berdiri pada pertengahan Mei tahun 2018, *Coffee Shop Boco Kopi* mempunyai karakter sendiri yang jauh berbeda dengan *coffee shop* lain. Hingga sekarang masih mempertahankan cita rasa minuman agar pelanggan tetap berkunjung. Dengan tata ruang *Indoor* dan *Outdoor*, *bar* yang dapat dilihat oleh pelanggan serta terdapat buku bacaan hingga acara-acara seni yang sering diadakan membuat *Coffee Shop Boco Kopi* sendiri sangat terlihat begitu berbeda dengan *Coffee Shop* yang lain. Sampai sekarang sudah hampir 20 variasi minuman yang dikeluarkan dengan berbagai metode mulai dari kopi hitam, kopi susu hingga minuman *Mixologists* tanpa alkohol pun tersedia sehingga pelanggan dapat memesan minuman favorit yang diinginkan. Minuman es kopi susu menjadi minuman favorit di *coffee shop Boco Kopi*, setidaknya setidaknya terjual lebih dari 1500 *cup*/ bulan atau \pm 53 *cup*/ hari. Menurut pelanggan mereka sangat menyukai kopi susu di *Boco Kopi* selain rasa kopi susunya yang tidak terlalu manis dan *creamy* kopinya juga memiliki cita rasa tersendiri.

Coffee Shop Boco Kopi memiliki manajemen yang menargetkan pasar pada kalangan anak muda terutama pada mahasiswa UIR tapi tanpa dipungkiri bahwa tidak hanya kalangan mahasiswa Uir saja yang mengunjungi *coffee shop Boco Kopi* tetapi banyak dari mahasiswa maupun masyarakat yang datang dan menikmati kopi disini serta menikmati fasilitas yang ada di *Boco Kopi*, selain itu dengan tata ruang yang nyaman sehingga pengunjung yang mahasiswa ataupun yang bukan mahasiswa dapat melakukan kegiatan yang mereka sukai di *Boco Kopi*. Baik itu mengerjakan tugas kuliah bersama

teman-teman mereka, membaca, mengobrol, bahkan hanya sekedar menikmati kopi di *Boco Kopi*.

HASIL PENELITIAN

Budaya Ngopi Sebelum Mengalami Transformasi Sosial

Budaya minum kopi sudah berkembang sejak dari dulu, sejak pertama kali Sistem Tanam Paksa yang dilakukan oleh Pemerintahan Belanda. Awal mula kegiatan meminum kopi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh pemerintahan belanda, kemudian dengan diiringi dengan perkembangan masyarakat Indonesia juga mulai gemar meminum kopi. Awalnya kegiatan meminum kopi hanya dilakukan oleh orang dewasa hingga usia lanjut dan kegiatan minum kopi hanya didominasi oleh kaum pria. Hal yang sama dikemukakan oleh informan Linda, Linda mengatakan bahwa kedai kopi awalnya hanya dikunjungi oleh orang dewasa sekitar rumahnya, pegawai kantoran, atupun orang-orang terdekat yang lebih banyak laki-laki. kegiatan ngopi tidak hanya dapat dilakukan di pagi hari sebelum memulai aktivitas, melainkan sesudah melakukan aktivitas, di sore hari pun dapat menikmati kopi setelah melakukan pekerjaannya.

Budaya Ngopi Sesudah Mengalami Transformasi Sosial

Budaya ngopi di cafe merupakan tren gaya hidup remaja di Indonesia. Remaja nongki di cafe adalah dua hal yang sudah melekat (Olifia, 2014:11). Selain tidak hanya menikmati kopi dan fasilitas yang disediakan di *coffee shop* seperti wifi ataupun musik yang diputarkan tempat tersebut, pengunjung yang datang bisa melakukan kegiatan yang ditawarkan *coffee shop* ataupun kegiatan yang ingin dilakukan oleh pengunjung.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Berikut kesimpulan Transformasi Sosial Budaya Ngopi di Kota

Pekanbaru (Studi di *Kedai Kopi Megaria* dan *Coffee Shop Boco Kopi*)

1. Budaya ngopi sebelum mengalami perubahan sosial terlihat pada kedai kopi *Megaria* dimana kegiatan ngopi tersebut masih dilakukan oleh kalangan orang dewasa, mereka yang menikmati kopi disitu masih mengenal satu sama lain hingga pembagian kerja di kedai kopi tersebut masih sederhana serta pemilik kedai kopipun masih di keluarga yang sama dengan dilanjutkan dengan usaha turun-temurun. Dan sekarang di kedai kopi *Megaria* budaya itu tetap berjalan disamping berkembangnya kedai kopi *modern* yang tentu saja berdampak pada kedai kopi *Megaria* yaitu keuntungan ataupun kerugian.
2. Budaya ngopi setelah mengalami perubahan sosial terlihat pada *coffee shop Boco Kopi*. Perubahan Sosial itu dapat dilihat dengan tujuan orang pergi ke *coffee shop Boco Kopi*, tempat dimana orang-orang berkumpul dengan tujuan yang berbeda, ada yang ingin menikmati kopi baik itu sambil membaca buku dan menikmati fasilitas yang diberikan, mereka yang datang ke *coffee shop* rata-rata dari berbagai kalangan umur, melakukan aktivitas apa saja yang ingin dilakukan serta tempat dimana berkumpulnya dengan latar belakang yang berbeda-beda. Fasilitas yang disediakan *coffee shop* serta variasi minuman yang ditawarkan. Perubahan sosial pada budaya ngopi di Kota Pekanbaru terjadi karena berkembang teknologi serta bertambahnya kebutuhan masyarakat terutama pada industri kopi.

Saran

:

Berdasarkan penelitian dan data yang didapatkan, berikut peneliti tulis mengenai saran sebagai harapan keberlangsungan dalam penulisan tersebut.

1. Dengan berkembangnya kedai kopi *modern* diharapkan kedai kopi lama seperti kedai kopi *Megaria* mampu bersaing dengan kedai kopi *modern* seperti *coffee shop Boco Kopi* tanpa menghilangkan identitas dari kedai kopi tersebut karena budaya ngopi masyarakat Indonesia terutama di Kota Pekanbaru hadir dan berawal dari itu.
2. Penelitian diharapkan skripsi ini dapat menjadi bahan literasi yang berkaitan dengan fenomena budaya ngopi atau yang terkait secara sosiologis, baik masyarakat, lembaga sosial, ataupun instansi terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahari, Yohanes. 2021. *Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi Klasik dan Prakteknya Dalam Pemecahan Masalah Sosial*. Pontianak Kalimantan Barat. TOP Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rahardjo. 1999. *Pengantar Sosiologi Pedesaan dan Pertanian*. Yogyakarta. Gaja Mada University Press.
- Sugiyono (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sztompka, P. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Sztompka, P. 2014. *Agency and Structure (RLE Social Theory): Reorienting Social Theory*. Routledge.
- <https://indiesearchipel.com/kopiklopedia/sejarah-kopi-indonesia>