Gema Kampus IISIP YAPIS Biak *Edisi Vol.19 No.1 Tahun 2024*
P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

WARUNG KOPI KARANG PANAS SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI SOSIAL DI MASYARAKAT KABUPATEN BIAK NUMFOR

Agus Santoso[1)] dan **Muh. Ridwan Yunus**[2)*]
[1,2)] Program Studi Ilmu Komunikasi, ISIIP YAPIS Biak
Ridwanwawan559@gmail.com[*]

Received: 09 – 03 – 2024 Accepted: 16 – 04 – 2024 Published: 29 – 04 – 2024

Abstrak

Warung kopi adalah sebuah organisasi yang secara esensial menyediakan kopi dan berbagai jenis minuman lainnya. Warung kopi, atau kedai kopi umumnya disingkat Warkop adalah tempat usaha yang utamanya menyajikan kopi, pastinya akan memberi kesempatan kepada angota masyarakat untuk berkumpul menikmati sajian kopi sekaligus, berbicara, berkomunikasi, menulis, membaca, menghibur orang atau pengunjung, atau juga menghabiskan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil, warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial dimasyarakat Kabupaten Biak Numfor. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan dan melalui pendekatan Deskriptif berdasarkan permasalahan yang dibahas yakni warung Kopi sebagai Sarana Komunikasi Sosial di Masyarakat Kabupaten Biak Numfor. Pada hasil penelitian ini menampilkan bahwa warung kopi memiliki banyak kegiatan interaksiyang dilakukan oleh masyarakat Biak di warung kopi. Kegiatan yang dilakukan pengunjung tidak hanya sebatas memesan minuman dan makanan semata, akan tetapi juga terdapat banyak jenis kegiatan yang dilakukan pengunjung sehingga mereka biasanya menghabiskan waktu yang cukup lama untuk berada di warung kopi. Aktivitas yang sering dilihat jika berada di warung kopi yakni kegiatan interaksi sosial antar individu yang dilakukan pengunjung ataupun pelayan kedai kopi. Interaksi sosial yang terjadi memiliki beragam kebermanfaatan yakni sebegai aktivitas untuk berbagi pengalaman, menambah pengetahuan serta membicarakan perihal bisnis. Hal tersebut menjadi gambaran bahwa warung kopi sebagai sarana interaksi sosial di masyarakat Kabupaten Biak Numfor. Untuk itu interaksi sosial sering terjadi di warung kopi dan menjadi aktivitas yang tidak pernah hilang jika pergi ke kedai kopi.

Kata Kunci: *Warung Kopi; Sarana; Komunikasi dan Sosial.*

KARANG PANAS COFFEE SHOP AS A MEANS OF SOCIAL COMMUNICATION IN THE COMMUNITY OF BIAK NUMFOR DISTRICT

Abstract

A coffee shop is an organization that essentially provides coffee and various other types of drinks. A coffee shop, or coffee shop generally abbreviated as Warkop, is a place of business that primarily serves coffee, which will certainly provide an opportunity for members of the community to gather together to enjoy coffee at the same time, talk, communicate, write, read, entertain people or visitors, or also spend time, either individually or in small groups, coffee shops as a means of social communication in the community of Biak Numfor Regency. In this

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

research the author used qualitative methods by conducting interviews and using a descriptive approach based on the problems discussed, namely coffee shops as a means of social communication in the Biak Numfor Regency community. The results of this research show that coffee shops have many interaction activities carried out by the people of Biak in coffee shops. The activities carried out by visitors are not only limited to ordering drinks and food, but there are also many types of activities carried out by visitors so they usually spend quite a long time in the coffee shop. Activities that are often seen in coffee shops are social interaction activities between individuals carried out by visitors or coffee shop waiters. The social interactions that occur have various benefits, namely as activities to share experiences, increase knowledge and discuss business matters. This illustrates that coffee shops are a means of social interaction in the people of Biak Numfor Regency. For this reason, social interaction often occurs in coffee shops and is an activity that never disappears if you go to a coffee shop.
Kata Kunci: *Coffee shop; Means; Communication and Social.*

PENDAHULUAN

Warung kopi, atau kedai kopi umumnya disingkat Warkop adalah tempat usaha yang utamanya menyajikan kopi, pastinya akan memberi kesempatan kepada angota masyarakat untuk berkumpul menikmati sajian kopi sekaligus, berbicara, berkomunikasi, menulis, membaca, menghibur orang atau pengunjung, atau juga menghabiskan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Warung kopi secara langsung dapat menjadi wadah/ media untuk berkomunikasi

Menurut hasil penelitian Listyari (2006), kopi pertama kali masuk di Indonesia dibawa oleh Komandan Pasukan Belanda Adrian Van Ommen.Dalam era digital dan globalisasi, peran warung kopi sebagai komunikasi sosial tetap relevan dan penting. Meskipun ada banyak platform komunikasi online, warung kopi tetap menjadi tempat yang nyaman dan santai untuk bertemu dengan teman, keluarga, atau rekan kerja. Warung kopi juga menjadi tempat untuk berdiskusi, berbagi ide, dan membangun jaringan sosial. Dalam industri kopi yang semakin berkembang, pemahaman yang lebih dalam tentang peran warung kopi dalam komunikasi sosial dapat membantu pemilik warung kopi dan pelaku industri untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks industri kopi saat ini. kopi sebagai loka usaha selalu di minati oleh konsumen di manapun adanya. Konsumen kebanyakan datang ke warung tersebut sebab tak ingin susah payah membuat minuman ini sendiri. Di warung tersebut, konsumen tinggal memesan kopi nan diinginkan dan pesanan pun akan segera datang. Perbedaan Warung Kopi Tradisional dan Modern Dalam mendirikan warung kopi, kita dapat memilih di antara dua pilihan konsep warung yaitu tradisional atau warung kopi moderen Semuanya tergantung dari modal dan pasaran.

Bagi sebahagian orang, secangkir kopi yang diseduh di warung kopi memberikan suatu filosofi dan perspektif berkomunikasi dalam mempergunakan bahasa. Bahasa yang dipergunakan manusia di warung kopi memiliki tujuan dan maksud dalam berkomunikasi yang berbentuk verbal ataupun non verbal kepada lawan bicara. Warung kopi banyak memberikan kesempatan kepada masyarakat sosial untuk

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

berkumpul, berbicara, menulis, membaca menghibur satu sama lain, atau membuang waktu baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Budaya dan komunikasi merupakan dau hal yang tidak dapat di pisahkan, budaya mempengaruhi pola pikir, perilaku dan cara berkomunikasi individu. Begitu pula komunikasi menjadi alat untuk mengelola, mengembangkan, mensosialisasikan serta mewariskan budaya dari satu generasi yang lainnya. Kabupaten Biak Numfor terdiri dari (dua) pulau kecil, yaitu Pulau Biak dan Pulau Numfor serta lebih dari empat puluh dua pulau sangat kecil, termasuk Kepulauan Padaido yang menjadi primadona pengembangan kegiatan dari berbagai pihak. Luas keseluruhan Kabupaten Biak Numfor adalah 5,11% dari luas wilayah provinsi Papua, di Kabupaten Biak Numfor sendiri terdapat empat belas warung kopi antara lain : Bungkoez kopi, koffie kitong, Kopi Ateng, warkop Merdeka, Pondok Kopi Honai, kopi keliling jalur dua, Lain hati, Orege net, Kalea coffee, kedai kopi Kongkow, warkop Diana Sule, kopi Pace Papua, Kopi Karang Panas, Café Oi.

warung kopi di Biak cukup banyak karena peranan media sosial sangat besar dalam promosi warung kopi saat ini. Ketika *influencer* atau pengguna media sosial lainnya memposting foto-foto kece dari kunjungan mereka ke suatu warung kopi itu jadi viral banget, Orang-orang pada ikutan penasaran sama tempat tersebut

Salah satu warung kopi yang terdapat di kota Biak adalah warung kopi Karang Panas seyogianya memiliki fungsi dan filosofis yang sama dengan warung kopi lainnya baik secara tradisional dan modern sebagai sarana komunikasi sosial dimasyarakat kabupaten Biak Numfor. Di warung kopi karang panas menyediakan berbagai sajian kopi dengan alat yang modern sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekarang, masyarakat juga dapat memesan aneka makaman ringan maupun yang berat, di warung kopi karang panas juga menyediakan fasilitas *live music* di hari-hari tertentu. Warung kopi menjadi semacam sarana komunikasi sosial dan media interaksi sosial, khususnya dalam system masyarakat biak. Alasan saya memilih warung kopi karang panas adalah karena warung kopi karang panas tidak hanya makan dan minum kopi saja, warung kopi banyak memberikan kesempatan kepada masyarakat sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca menghibur satu sama lain,atau membuang waktu baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Warung kopi karang panas merupakan salah satu warung kopi yang eksis di kota biak dan juga merupakan warung kopi yang sudah lama di kabupaten Biak Numfor. Warung kopi karang panas juga selalu mengalami perubahan dari tempat dan menu yang disediakan yang mengikuti perkembangan warung kopi yang ada di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Peneltian ini dilakukan Warung Kopi Karang Panas Kabupaten Biak Numfor yang beralamat di Jalan. Diponegoro depan kantor Satuan lalu lintas Biak Numfor.

Jenis Penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah jenis peneliti kualitatif ,Penelitian yang dilakukan oleh penulis berfokus peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial di masyarakat Biak Numfor.

Menurut (Sugiyono 2019. P. 2) metode penelitian yaitu sebuah cara Ilmia

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

untuk mendapatkan data ataupun hasil dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan kepada penenlitian ini adalah penelitian kualitatif dan melalui pendekatan Deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung dan karyawan di warung kopi karang panas biak.

Di awal wawancara dikemukakan langsung oleh pewawancara baik dari pelanggang dan karyawan warung kopi karang panas, ada empat faktor yang menjadi tolak ukur agar terciptanya komunikasi sosial didalam warung kopi karang panas biak, yang pertama gaya berbicara, pengaruh budaya, perbedaan komunikasi gender dan yang terakhir resolusi konflik, indikator pertama yaitu gaya berbicara dari para pewawancara mengatakan :

Leonard (23 Tahun) 9 Juli 2023

Leonard menuturkan bahwa gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial karena pengucapan kalimat yang jelas akan mendapatkan respon kepada lawan bicara dan akan mendapatkan umpan balik sesuai yang kita harapkan dan konteks itu sendiri kepeda siapa kita bicara dan dimana kita berbicara akan berbeda nada bicaranya dan pembahasannya.

Patrichia (22 Tahun) 30 Juni 2023

Menurut Patrichia gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial karena berbicara bisa biasanya kita baca lewat ekspresi wajah apakah dia bicara dengan jujur atau tidak dan biasanya kalau lawan bicara jauh lebih tua kita pasti akan berbeda nada bicaranya dan sikap kita saat berbicara sama yang lebih tua untuk menghormati.

Wahyu (22 Tahun) 28 Juni 2023

Wahyu berpendapat bahwa gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial karena selain bicara yang jelas kita terkadang memakai gerakan tangan atau Bahasa tubuh untuk menjelaskan atau menekankan sesuatu yang pentingdan dalam konteks itu sendiri menjelaskan bahwa kita saat pergi minum kopi tidak hanya seumuran saja akan tetapi ada juga umurnya jauh lebih tua dari kita dan karena itu kita harus menghormati.

Aspen (25 Tahun) 29 Juni 2023

Menurut Aspen bahwa gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial contoh ia memesan minuman kopi dan kopinya datang ke saya jadi komunikasi sosial adalah pesan yang kita sampaikan diterima dengan baik saat kita bicara dengan jelas dan jika kita berbicara sama yang lebih tua nada bicaranya sudah berbeda.

Amazia (17 Tahun) 28 Juni 2023

Menurut Amzia gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial kita bicara pesan yang kita sampaikan diterima

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

dengan baik dan mendapatkan balasan kepada lawan bicara kita dan konteks itu sendiri berbicara kepada siapa kita berbicara atau lawan bicara kita jika unur sama kita berbicara jauh lebih santai tetapi lawan berbicara kita lebih tua kita akan lebih segan.

Indikator kedua yaitu Pengaruh Budaya dari para pewawancara mengatakan:

Leonard (23 Tahun) 9 Juli 2023

Menurut Leonard pengaruh budaya sebagai sarana komunikasi sosial iya bisa karena masyarakat Biak kebanyakkan dari luar Papua sudah jelas budaya dan cara nada berbicara berbeda-beda tetapi bisa saling menghargai satu sama lainnya.

Patrichia (22 Tahun) 30 Juni 2023

Menurut Patrichia pengaruh budaya sebagai sarana komunikasi sosial iya termasuk karena Perbedaan budaya di kota biak sangat banyak dari berbagai daerah di indonesia dan dialeg atau bahasa sangat berbeda-beda akan tetapi semua bisa saling mengerti satu sama lain.

Wahyu (22 Tahun) 28 Juni 2023

Wahyu berpendapat bahwa pengaruh budaya ternasuk sebagai sarana komunikasi sosial karena banyak teman-temannya semua dari berbagai daerah yang berbeda-beda oleh karena itu perbedaan dari budaya namun tetap menyatukan satu sama lain dengan hobi yang sama

Aspen (25 Tahun) 29 Juni 2023

Aspen menuturkan bahwa pengaruh budaya ternasuk sebagai sarana komunikasi sosial dari perbedaan budaya dan bahasa didalam warung kopi tidak ada perbedaan suku dan bahasa mereka datang sama-sama sebagai pecinta kopi dan menikmati suasana di warung kopi.

Amazia (17 Tahun) 28 Juni 2023

Menurut Amazia pengaruh budaya sebagai sarana komunikasi sosial iya termasuk karena Perbedaan budaya di kota biak sangat banyak dari berbagai daerah di indonesia dan dialeg atau bahasa sangat berbeda-beda akan tetapi semua bisa saling mengerti satu sama lain.

Indikator ketiga yaitu Komunikasi Gender dari para pewawancara mengatakan:

Leonard (23 Tahun) 9 Juli 2023

Menurut Leonard komunikasi gender bisa termasuk dalam komunikasi sosial karena sekarang di warkop tidak hanya laki-laki saja namun ada Perempuan juga kita bisa minum dan berkomunikasi di warung kopi dan mempunyai hak yang sama.

Patrichia (22 Tahun) 30 Juni 2023

Menurut Patricya komunikasi gender termasuk sebagai komunikasi sosial di warung kopi karena Perempuan juga mempunyai hak yang sama untuk berinteraksi dimana saja dan kapan saja selama ia mau.

Wahyu (22 Tahun) 28 Juni 2023

Wahyu berpendapat bahwa komunikasi gender di warung kopi termasuk sebagai sarana komunikasi sosial siapa saja bisa duduk untuk bercerita dan minum kopi termasuk perempuan karena di

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

warung kopi tidak ada larangannya dan siapa saja bisa berada di warung kopi dan tidak memandang setatus sosial seseorang

Aspen (25 Tahun) 29 Juni 2023

Menurut Aspen komunikasi gender termasuk sebagai komunikasi sosial karena sekarang tidak ada Perbedaan antara laki-laki dan Perempuan mereka bisa minum kopi dan bercerita dimana saja selagi merasa nyaman berada di tempat tersebut

Amazia (17 Tahun) 28 Juni 2023

Menurut Amazia komunikasi gender termasuk sebagai komunikasi sosial di warung kopi karena Perempuan juga mempunyai hak yang sama untuk berinteraksi dimana saja dan kapan saja selama mereka mau.

Indikator keempat yaitu Resolusi Konflik dari para pewawancara mengatakan :

Leonard (23 Tahun) 9 Juli 2023

Menurut Leonard apakah resolusi konflik bisa masuk salam sarana komunikasi sosial di warung kopi, bisa karena tempat yang nyaman akan membuat orang lebih tenang dan mendapatkan solusinya dan akan membuat orang jauh lebih rilek.

Patrichia (22 Tahun) 30 Juni 2023

Menurut Patrichia resolusi konflik tidak bisa masuk sebagai sarana komunikasi sosial di warung kopi karena bila ada permasalahan alangkah baiknya di selesaikan atau dibicarakan di tempat yang sepi atau tempat yang privat, takutnya bila ada ada rahasia atau pembahasan yang kurang baik nanti malah menjadi tambah meluas.

Wahyu (22 Tahun) 28 Juni 2023

Menurut Wahyu resolusi konflik bisa masuk sebagai sarana komunikasi sosial di warung kopi karena selain meyelesaikan masalah kita bisa membuat diri kita lebih tenang ketempat-tempat yang nyaman dan akan mencairkan suasana hati kita.

Aspen (25 Tahun) 29 Juni 2023

Menurut Aspen resolusi konflik tidak bisa masuk sebagai sarana komunikasi sosial di warung kopi karena bila ada permasalahan alangkah baiknya di selesaikan atau dibicarakan di tempat yang sepi atau tempat yang lebih tenang.

Amazia (17 Tahun) 28 Juni 2023

Amazia menuturkan bahwa resolusi konflik bisa masuk dalam sarana komunikasi sosial karena suasana yang nyaman membuat kita untuk berpikir lebih tenang dan membuat isi hati merasa lega.

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa peran warung kopi karang panas biak sebagai sarana komunikasi sosial dengan melihat indikator – indikator komunikasi sosial, yaitu gaya berbicara, pengaruh budaya, perbedaan komunikasi gender, dan resolusi konflik

1. **Gaya Berbicara**

   Gaya bicara dan konteks termasuk sebagai sarana komunikasi sosial karena kejelasan pada saat berbicara mempengaruhi respon lawan bicara dan dapat memberi tanggapan secara langsung dan konteks merupakan

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

dimana komunikan sedang berbicara dan dengan siapa ia berbicara apabila ia sedang berbicara dengan orang yang lebih tua darinya maka nada berbicara dan model bericaraakan akan berbeda di bandingkan ia sedang berbicara dengan yang seumuran.

2. **Pengaruh Budaya**
   peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh budaya termasuk dalam sarana komunikasi sosial karena di Kabupaten Biak itu sendiri ada masyarakat dari berbagai daerah maka dari itu Perbedaan Bahasa, kebiasan-kebiasaan budaya yang berbeda-beda tetapi saling menghargai dan saling toleransi, saat berada di warung kopi.

3. **Perbedaan Komunikasi Gender**
   Dari hasil wawancara kepada responden diatas penulis menyimpulkan bahwa laki-laki dan Perempuan saat berinteraksi sosial di warung kopi mempunyai hak yang sama di warung kopi, semakin asik ketika obrolan berama laki-laki dan Perempuan malah semakin luas pembahasan tersebut, dan di warung kopi tidak membeda-bedakan jeis gender, status sosial seseorang semua mempunyai hak yang sama ketika di warung kopi.

4. **Resolusi Konflik**
   Dari hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa resolusi konflik sebagai sarana komunikasi sosial di warung kopi karena di warung kopi membuat pengunjung merasa nyaman dan dapat membuat menyelesaikan masalah ketika kita menikmati suasana di warung kopi, baik ketika bertukar pikiran atau pengalaman semakin santai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis diatas penulis menyimpulkan bahwa dari suatu pengamatan budaya, warung kopi dapat dilihat sebagai pusat interaksi sosail warung kopi memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau menghabiskan waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Minum kopi di warung kopi (ngopi) juga adalah aktivitas yang tak peduli status sosial, tanpa membedakan perbedaan jenis kelamin, strata sosial, usia atau apapun yang dapat menjadi penyekat kepopuleran sebutan ngopi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Albi Anggito dan Johan Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Jawa Barat Jejak).

Arikunto, S., 2007, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI, Rineka Apta, Jakarta.

Johni Damayanti. 2013. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya, Jakarta: Kencana

Listyari, N.P.W. 2006. Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Coffee shop De Koffie Pot, Bogor. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Mohammad Nazir, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).

P-ISSN 2085-3335; E-ISSN 2715-1840
DOI: https://doi.org/10.52049/gemakampus.v19i1.366

Muhammad Azhari Mutaqin (2020) PERAN KEDAI KOPI SEBAGAI SARANA INTERAKSI SOSIAL ANAK MUDA KOTA BANJARMASIN Program Studi Pendidikan IPS FKIP, Universitas Lambung Mangkurat.

Rahel Widiati Kimbal, Modal sosial dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif, (Yogyakarta, Deepublish, 2015)

Ralph *Linton, The Study of Man, an Introduction (New York: Aplleton Century Crofts*, 1956)

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kombinasi, Bandung: Alfabeta.

TAUFIK (2013) "PERAN WARUNG KOPI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI SOSIAL MASYARAKAT KAMPUS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON" INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON.